

**“कृषि विपणन में सहकारी संस्थाओं के योगदान
का
मूल्यांकन”**

(इलाहाबाद मण्डल के विशेष सन्दर्भ में)

इलाहाबाद विश्वविद्यालय, इलाहाबाद के वाणिज्य विषय
की डी० फिल्० उपाधि प्राप्त हेतु
शोध - प्रबन्ध



निर्देशक

डॉ० ए० के० मालवीय

एम०काम०, डी०फिल्०, डी०लिट्०

शोधकर्ता

सुरेन्द्र प्रताप सिंह

वाणिज्य एवं व्यवसाय प्रबन्ध विभाग
इलाहाबाद विश्वविद्यालय
इलाहाबाद
2002

समर्पण

प्रेम, करुणा, त्याग

दया एवं वात्सल्य

की

प्रतिमूर्ति स्नेहमयी माँ

को

सादर समर्पित

विषय सूची

	<u>पृष्ठ संख्या</u>
प्राक्कथन	I-VI
प्रथम सर्ग	1—57
प्रस्तावना	1—9
कृषि विपणन	10—57
➤ अर्थ	10—21
➤ आवश्यकता	22—30
➤ महत्व	31—39
➤ प्रभावित करने वाले घटक	40—52
➤ प्रक्रिया	53—57
द्वितीय सर्ग	58—99
कृषि विपणन में सहकारी संस्थाएँ	
➤ इतिहास	59—78
➤ औचित्य	79—88
➤ स्वरूप	89—99
तृतीय सर्ग	100—130
सहकारी संस्थाएँ एवं विभिन्न कृषि उत्पाद	101—130
चतुर्थ सर्ग	131—215
कृषि विपणन एवं सरकार	132—180
➤ सरकार की भूमिका	134—155
✓ केन्द्र स्तर पर	134—143
✓ राज्य स्तर पर	144—155
➤ वित्तीय संस्थाओं की भूमिका	156—215

पंचम सर्ग	216—267
सर्वेक्षण प्रारूप	217—218
➤ सहकारी सस्थाओ का मूल्याकन	219—239
➤ कृषको का मूल्याकन	240—267
षष्ठम सर्ग	268—315
समस्याए एव सुझाव	
➤ समस्याए	269—288
➤ सुझाव	289—315
परिशिष्ट	316—321
➤ परिशिष्ट एक	317—319
➤ परिशिष्ट दो	320—321
सन्दर्भिका	322—327
➤ पुस्तके	323—325
➤ पत्रिकाए एव जर्नल	326
➤ समाचार पत्र	327

तालिका सूची

क्र०स०	तालिका सख्या	तालिका का नाम	पृष्ठ स०
1	1 1	साधन लागत पर सकल घरेलू उत्पाद मे कृषि क्षेत्र का योगदान	5
2	1 2	इक्कीसवीं सदी मे खाद्यान्नों की आवश्यकता	7
3	1 3	मुख्य फसलों के उत्पादन मे वृद्धि	35
4	2 1	तृतीय योजना काल मे सहकारी विपणन संस्थाओं की स्थिति	72
5	2 2	राज्य विपणन समितियों की प्रगति	93
6	2 3	केन्द्रीय एवं प्राथमिक विपणन समितियों की बिक्री	99
7	3 1	गन्ना का बोया गया क्षेत्रफल एवं उत्पादन	104
8	3 2	सहकारी चीनी मिलों की स्थिति	109
9	3 3	तिलहनो का उत्पादन क्षेत्र एवं उत्पादन	115
10	3 4	कपास उत्पत्ति के प्रगति का विवरण	118
11	3 5	कपास प्रकरण समितियों की प्रगति	120
12	3 6	गेहूँ के लिए बोया गया क्षेत्रफल एवं उत्पादन	121
13	3 7	चावल के उत्पादन की प्रगति	124
14	3 8	बागवानी फसलों का क्षेत्रफल एवं उत्पादन	128
15	4.1	न्यूनतम समर्थन मूल्य	139
16.	4 2	भारत सरकार द्वारा उर्वरकों पर प्रदान की गयी सब्सिडी	140

17	4 3	राज्य विपणन सघो की प्रगति	151
18	4 4	निगम की पूँजी	154
19	4 5	उ०प्र० राज्य भण्डारण निगम मे भण्डारण का विवरण	154
20	4 6	नाबार्ड के वित्तीय स्रोत	172
21	4 7	नाबार्ड द्वारा साधनो का उपयोग	174
22	4 8	पुनर्वित्त सहायता का एजेन्सीवार विवरण	177
23	4 9	कृषि साख समितियों के ऋण निष्पादन	184
24	4 10	उद्देश्यानुसार ऋणो का वर्गीकरण	185
25	4 11	केन्द्रीय सहकारी बैंको की प्रगति	187
26	4 12	उद्देश्य के आधार पर ऋणो का वर्गीकरण	191
27	4 13	राज्य सहकारी बैंको की स्थिति	195
28	4 14	राज्य सहकारी बैंको मे सदस्यता एव सदस्यता की स्थिति	195
29	4 15	केन्द्रीय भूमि विकास बैंको की वित्तीय स्थिति	198
30	4 16	केन्द्रीय भूमि विकास बैंको द्वारा दिये गये ऋणो का उद्देश्यानुसार वर्गीकरण	199
31	4 17	कृभको का उत्पादन एव क्षमता उपयोग	211
32	4 18	कृभको का कार्य निष्पादन	214
33	5 1	सहकारी कृषि विपणन समितियों मे सदस्यों की संख्या	219
34	5 2	विपणन समितियों मे गाँवो की संख्या	220
35	5 3	विपणन समितियों मे सदस्यों के माध्यम से पूँजी	221
36	5 4	विपणन समितियों मे बाह्य संस्थाओ द्वारा पूँजी तथा सरकार की तरफ से अनुदान	222
37	5 5	विपणन समितियों मे निक्षेप का विवरण	223
38.	5 6	विपणन समितियों द्वारा ऋण वितरण अल्पकालीन	224
39	5 7	विपणन समितियों द्वारा मध्यकालीन ऋण वितरण	225

40	5 8	विपणन समितियों द्वारा गैर-वित्तीय सुविधाएँ	226
41	5 9	कृषि विपणन समितियों द्वारा खाद का विक्रय	227
42	5 10	सहकारी विपणन समितियों द्वारा बीज का विपणन	228
43	5 11	विपणन समितियों द्वारा कृषि उपकरण, रसायन एवं कीटनाशक दवाओं का विक्रय	229
44	5 12	विपणन समितियों द्वारा कृषि आगतों का क्रय	230
45	5 13	विपणन समितियों द्वारा कृषि आगतों का विक्रय	232
46	5 14	विपणन समितियों द्वारा उपभोक्ता वस्तुओं का विक्रय	232
47	5 15	विपणन समितियों द्वारा ऋणों की वसूली-अल्पकालीन	233
48	5 16	विपणन समितियों द्वारा मध्यकालीन ऋणों की वसूली	234
49	5 17	विपणन समितियों का कार्य-निष्पादन	235
50	5 18	विपणन समितियों द्वारा लाभांश वितरण	236
51	5 19	विपणन समितियों में गैर-निष्पादित सम्पत्तियाँ	237
52	5 20	विपणन समितियों की समस्याएँ	238
53	5 21	विपणन समितियों की तरफ से सुझाव	239
54	5 22	कृषि विपणन सहकारी समितियों में कृषकों द्वारा प्रदत्त पूँजी	240
55	5 22 A	कृषकों द्वारा प्रदत्त पूँजी-नकद के रूप में	241
56	5 22 B	कृषकों द्वारा प्रदत्त पूँजी-अंशों के रूप में	242
57	5 23	कृषकों द्वारा प्रदत्त ऋण का विवरण	243
58	5 23 A	कृषकों द्वारा प्रदत्त पूँजी (अंशों के रूप में)	244
59	5 23 B	कृषकों द्वारा प्राप्त मध्यमकालीन ऋण	245
60	5 24	कृषकों द्वारा उद्देश्यानुसार लिये गये ऋण	246
61	5 25	विपणन समितियों द्वारा प्रदत्त गैर-वित्तीय सुविधाएँ	248
62	5 26	खाद की खरीद में कृषकों की संख्या	249
63	5 26 A	सहकारी विपणन समितियों से कृषकों द्वारा नकद	

		खाद का क्रय	250
64	5 26 B	समितियों से कृषको द्वारा उधार खाद का क्रय	251
65	5 27 A	समितियों द्वारा बीज वितरण का विवरण	252
66	5 27 B	कृषको द्वारा बीज का क्रय	253
67	5 28 A	सहकारी समितियों से कृषको द्वारा कृषि उपकरण एव कीटनाशक दवाओं का क्रय	254
68	5 28 B	कृषि उपकरण एव कीटनाशक दवाओं का क्रय	255
69	5 29 A	सहकारी समितियों द्वारा कृषि उत्पत्ति के विपणन का विवरण	256
70	5 29 B	कृषको द्वारा सहकारी समितियों को कृषि उपज का विक्रय	258
71	5-30	कृषको द्वारा सहकारी समितियों से उपभोक्ता वस्तुओं की प्राप्ति	260
72	5 31 A	सहकारी समितियों द्वारा कृषको को प्राप्त लाभांश का विवरण	261
73	5 31 B	कृषको द्वारा सहकारी समितियों से प्राप्त लाभांश	262
74	5 32	सहकारी समितियों द्वारा कृषको की समस्याएँ	264
75	5 33	सहकारी समितियों को कृषको द्वारा सुझाव	265

चित्र सूची

चित्र सं०	चित्र का नाम	पृष्ठ सं०
1	विपणन ढाँचा	17
2	भारतीय कृषि विपणन विभाग के संगठन का प्रारूप	135

प्राक्कथन

कृषि प्रधान देश की अर्थव्यवस्था में कृषि विपणन का अत्यधिक महत्वपूर्ण स्थान होता है, भारत जैसे विकासशील देश में इसकी महत्ता और भी बढ़ जाती है। उचित विपणन व्यवस्था के माध्यम से ही कृषको एवं देश की समृद्धि सम्भव है। कृषि विपणन की उचित व्यवस्था से प्रोत्साहित होकर कृषक अधिकाधिक उत्पादन करता है, और अपने उपज का 'विपणन योग्य आधिक्य' अधिक से अधिक बढ़ाता है। इससे नगरों में रहने वाली जनसंख्या की खाद्य सम्बन्धी आवश्यकताओं की पूर्ति सुनिश्चित होती है, और देश में स्थापित उद्योगों को कच्चे माल की उपलब्धि भी सुनिश्चित होती है। कृषक कृषि उत्पादों की विपणन व्यवस्था को सुनिश्चित करके अधिक से अधिक कृषि वस्तुओं का निर्यात कर सकते हैं, जिससे कि भुगतान सतुलन हमारे पक्ष में हो। अतः स्पष्ट है कि कृषि-पदार्थों की उचित विपणन व्यवस्था से कृषको की कृषि आय में वृद्धि होगी, उनके रहन-सहन का स्तर उठेगा, ग्रामीण विकास होगा, रोजगार की समस्याएँ घटेगी, देश की खाद्यान्न सम्बन्धी समस्या हल होगी, देश का भुगतान सतुलन पक्ष में होगा और परिणामस्वरूप सामाजिक एवं आर्थिक विकास सम्भव हो सकेगा।

प्रस्तुत शोध-प्रबन्ध "कृषि विपणन में सहकारी संस्थाओं के योगदान का मूल्यांकन" (इलाहाबाद मण्डल के विशेष सन्दर्भ में) करने के उद्देश्य को लेकर किया गया है। अर्थव्यवस्था के बदलते परिवेश में वर्तमान कृषि विपणन एवं उसमें सलग्न सहकारी संस्थाओं में किन-किन सुधारों की आवश्यकता अपेक्षित है, तथा

क्या वर्तमान सहकारी विपणन संस्थाएँ अपने उद्देश्यों की पूर्ति में सफल हो रही हैं, इस परिकल्पना को सार्थक करने के उद्देश्य से इस शोध-प्रबन्ध को छ सर्गों में विभक्त किया गया है।

शोध के प्रथम सर्ग में कृषि विपणन का आशय स्पष्ट करते हुए उसे परिभाषित करने का प्रयास किया गया है। इसी सर्ग में कृषि विपणन की देश के बदलते आर्थिक परिवेश में आवश्यकता बताने का प्रयास किया गया है। इसी सर्ग के उपसर्ग में भारतीय कृषि प्रधान अर्थव्यवस्था में कृषि विपणन का क्या महत्व है, को स्पष्ट करने का प्रयास किया गया है। इसी सर्ग के उपसर्ग में कृषि विपणन के क्षेत्र में विपणन व्यवस्था को प्रभावित करने वाले घटकों के साथ-साथ विपणन प्रक्रिया का भी अध्ययन किया गया है।

शोध के द्वितीय सर्ग में कृषि विपणन में सहकारी संस्थाओं का इतिहास क्या रहा है, का अध्ययन किया गया है। इसी सर्ग में सहकारी संस्थाओं का वर्तमान विपणन परिवेश में क्या औचित्य है, का भी अध्ययन करने का प्रयास किया गया है। द्वितीय सर्ग के उपसर्ग में विभिन्न प्रकार की सहकारी संस्थाओं के स्वरूपों का भी अध्ययन किया गया है।

शोध के तृतीय सर्ग में सहकारी संस्थाओं द्वारा विभिन्न कृषि उत्पादों के बीच सम्बन्धों का अध्ययन स्पष्ट करते हुए सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं द्वारा किये जाने वाले विभिन्न कृषि उत्पादों के विपणन का अध्ययन करने का प्रयास किया गया है।

शोध के चतुर्थ सर्ग में 'कृषि विपणन एवं सरकार' शीर्षक के अन्तर्गत यह स्पष्ट करने का प्रयास किया गया है कि सरकार किस प्रकार से कृषि विपणन व्यवस्था को प्रभावित करती है, इसलिए केन्द्र व राज्य स्तर पर सरकार की भूमिका स्पष्ट की गयी है। वित्त के अभाव में विपणन कार्य अधूरा है, अतः इसी सर्ग में कृषि विपणन में वित्तीय संस्थाओं की क्या भूमिका है, का भी अध्ययन करने का प्रयास किया गया है।

शोध-प्रबन्ध के हृदय पंचम सर्ग के अन्तर्गत कृषि विपणन में सलग्न सहकारी संस्थाओं के आँकड़ों को प्राथमिक स्तर पर इलाहाबाद मण्डल की विभिन्न चयनित सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं तथा कृषकों का मूल्यांकन प्रश्नावली के माध्यम से सर्वेक्षण कर सूचनाएँ संकलित कर उनका निर्वचन किया गया है।

शोध के षष्ठम सर्ग कृषि विपणन प्रक्रिया में क्या-क्या समस्याएँ व्याप्त हैं, एवं सहकारी संस्थाओं को उन समस्याओं का सामना किस प्रकार से करना पड़ रहा है एवं उनके निराकरण हेतु सुझावों को भी बताने का प्रयास है। साथ ही साथ कृषि विपणन प्रक्रिया में महत्वपूर्ण स्तम्भ कृषकों की कृषि उत्पादन के विपणन को सहकारी संस्थाओं के माध्यम से करने में किन-किन समस्याओं से होकर गुजरना पड़ता है, तथा उन समस्याओं को किस प्रकार दूर किया जा सकता है, सुझावों को भी स्पष्ट किया गया ताकि कृषकों अपने कृषि उत्पाद का उचित मूल्य प्राप्त हो, उनका जीवन स्तर ऊँचा उठ सके और वे देश के विकास में अपना योगदान दे सकें। कृषकों को भी इन सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं से किन-किन

समस्याओं का सामना करना पड़ रहा है, को स्पष्ट करते हुए उनकी समस्याओं के निराकरण एवं उन्नति हेतु आवश्यक सुझाव दिये गये हैं।

प्रस्तुत शोध-प्रबन्ध को पूर्ण कराने एवं बोधगम्य बनाने का सम्पूर्ण श्रेय सहजता, सरलता एवं सरसता के सिन्धु, ज्ञानपुज हमारे परम् पूज्य गुरुवर डा० अजनी कुमार मालवीय, प्रवक्ता वाणिज्य एवं व्यवसाय प्रशासन विभाग, इलाहाबाद विश्वविद्यालय, इलाहाबाद को निःसन्देह जाता है। मैं उनके प्रति कृतज्ञता ज्ञापित कर अपने को कृतार्थ करना चाहता हूँ। उनके कुशल मार्गदर्शन तथा स्नेहयुक्त प्रोत्साहन से अभिप्रेरित होकर ही मैंने इस श्लाघ यात्रा पर कदम-पहली करने का समय एवं साहस सजोया। पूज्य गुरुवर के आशावादी, उत्साह-जन्य तथा विषय वस्तु के प्रति समर्पण युक्त अभिप्रेरण ने मुझे अपनी इस मंगल यात्रा में कदापि किंचित मात्र भी कठिनाई नहीं महसूस होने दी। उनके इस स्तुत्य कार्य के लिए उनके प्रति आभार ज्ञापित करने का हमारा यह किंचन प्रयास महज अपना गौरव बढ़ाने का एक सुनहरा उपक्रम है। मैं प्रतिक्षण आजीवन उनका स्नेह-पात्र बने रहने के लिए ईश्वर से प्रार्थना करता रहूँगा।

मैं श्रद्धेया स्वरूपा श्रीमती रेनू मालवीया (भाभी श्री) का भी हृदय से आभार प्रकट करना चाहता हूँ जिन्होंने प्रतिक्षण अपनी ओजस्वी वाणी से मुझे इस कार्य को समय पर पूर्ण करने के लिए अभिप्रेरित करने का सफल प्रयास किया। उनकी कृपा, प्रेरणा व आशीर्वाद के परिणाम स्वरूप ही यह कार्य समय पर पूर्ण हो पाया है।

प्रातः स्मरणीय पूज्य माता जी श्रीमती छोहगारी देवी एवं जलधिसम गम्भीर पूज्य पिताजी श्री राज बहादुर सिंह को श्रद्धानत भाव से मैं नमन करता हूँ जिनके आशीर्वाद व प्रेरणा के बिना यह कार्य सम्भव ही नहीं हो सकता था।

अर्थ एवं सख्या प्रभाग, राज्य नियोजन संस्थान उत्तर प्रदेश, राज्य सहकारी कृषि विपणन समितियाँ उत्तर प्रदेश, लखनऊ तथा अपने विश्वविद्यालय एवं अन्य संस्थाओं के पुस्तकालयाध्यक्षों का भी मैं सदैव आभारी रहूँगा जिन्होंने मुझे विषय सामग्री उपलब्ध कराने में अपना बहुमूल्य सहयोग प्रदान किया। साथ ही साथ मैं इलाहाबाद मंडल के समस्त अर्थ एवं सख्याधिकारी, जिला कृषि अधिकारी, जिला सहकारिता विभाग के प्रभारी एवं सर्वेक्षित विकास खंड एवं सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं के उन सभी अधिकारियों एवं कर्मचारियों के प्रति हार्दिक कृतज्ञता ज्ञापित करता हूँ जिन्होंने शोध सामग्री के संकलन में अपना सहयोग प्रदान किया।

इस कार्य में मुझे अपना सहयोग, प्रोत्साहन एवं सुझाव देने वाले मौसेरे भाई श्री जगमोहन सिंह (प्रवक्ता) एवं अन्तरंग सम्बन्धी श्री ओमप्रकाश सिंह का भी अपार प्रेम एवं प्रोत्साहन मिला जिनके प्रति कृतज्ञता ज्ञापित कर मैं अपने आपको धन्य समझता हूँ।

अग्रजा, आदरणीया श्रीमती निर्मला देवी एवं श्री अरविन्द कुमार के प्रति हृदयान्तरंग से कृतज्ञता ज्ञापित करता हूँ जिन्होंने बहुमूल्य सुझाव एवं अप्रतिम सहयोग से शोध कार्य को पूर्ण करने में सम्बलता प्रदान की। शोध कार्य पूर्ण करने में प्रिय विरेन्द्र एवं धीरेन्द्र (अनुजो) तथा प्रेमलता एवं तनुजा (बहनो) को भी हार्दिक

धन्यवाद देना चाहूँगा क्योंकि इन सभी ने हमारे इस कार्य को समय पर पूर्ण होने के लिए हमेशा परम् पिता परमेश्वर से प्रार्थना की।

मैं अपने आत्मीय शुभ चिन्तक एवं प्रेरणा स्रोत डा० सविता गोयल एवं श्री विक्रान्त सिंह सिसौदिया का भी आभार प्रकट करता हूँ जिनके कुशल अभिप्रेरण के सम्बल से ही इस शोध कार्य को पूर्ण करने में सफलता मिली है।

मैं अपने सभी प्रिय मित्रों राजेश कुमार सिंह, ज्ञानेश कुमार राय, अभिषेक मिश्रा, धीरेन्द्र बहादुर, राजेन्द्र कुमार, प्रवेश कुमार, राजेन्द्र प्रसाद एवं धर्मराज सिंह के प्रति आभार प्रकट करता हूँ जिन्होंने समय-समय पर सुझाव एवं प्रेरणा देकर शोध कार्य को पूर्ण करने में सहायता प्रदान की।

शोध प्रबन्ध को लिपिबद्ध करने वाले प्रिय अमित कुमार श्रीवास्तव तथा ओमप्रकाश गुप्ता निदेशक 'ट्रासक्रिप्ट इन्फोटेक, अल्लापुर, इलाहाबाद' के प्रति आभार व्यक्त करता हूँ जिन्होंने अपनी कौशल भरी तकनीक एवं ज्ञान से शोध प्रबन्ध को अल्प समय में तैयार किया।

दिनांक 31 दिसम्बर, 2002

स्थान इलाहाबाद

सुरेन्द्र प्रताप सिंह

(सुरेन्द्र प्रताप सिंह)

(शोधकर्ता)

प्रथम सर्ग

- ▶ प्रस्तावना
- ▶ कृषि विपणन
 - अर्थ
 - आवश्यकता
 - महत्त्व
 - प्रभावित करने वाले घटक
 - प्रक्रिया

प्रस्तावना

स्वतन्त्रता प्राप्ति से कुछ पहले अविभाजित भारत को बीसवीं शताब्दी के सबसे भयंकर अकाल 'बंगाल के अकाल' का सामना करना पड़ा था। गाँधीजी ने कहा था—“भूखे के लिए रोटी के लिए पर्याप्त ही भगवान है और स्वतन्त्र भारत का कर्तव्य है कि वह यह सुनिश्चित करे कि हर व्यक्ति अपनी दैनिक आवश्यकता की रोटी के लिए पर्याप्त धन अर्जित कर सके।” गाँधीजी हमेशा इस बात पर जोर देते थे कि, “सभी को मानवीय गरिमा के साथ भोजन मिले।” वे भिखारियों का राष्ट्र नहीं चाहते थे कि भोजन का अधिकार दया समझा जाय, वे यह भी नहीं चाहते थे कि हम गरीबों और भूखों के प्रति अनुग्रह का लहजा नहीं अपनाए। हमारे प्रथम प्रधानमंत्री पण्डित जवाहर लाल नेहरू ने गाँधी के इस आह्वान के उत्तर में 1948 में कहा था— “हर वस्तु इन्तजार कर सकती है लेकिन कृषि नहीं।”

स्वतन्त्रता प्राप्ति के समय तक देश में कृषि की दशा अत्यन्त सोचनीय थी। प्रति श्रमिक तथा प्रति हेक्टेयर कृषि उत्पादन बहुत कम था। देश के नागरिकों को भूख मिटाने भर को भी अनाज का उत्पादन नहीं हो पाता था। स्वतन्त्रता प्राप्ति के पश्चात् देश में खाद्यान्न की कमी को दूर करने के लिए कृषि क्षेत्र के विकास के लिए विशेष ध्यान दिया गया।

लहलहाते खेतों, स्वच्छन्दता से विचरण करते पशु-पक्षी, झूमते वनवृक्ष, कलकल बहती नदियाँ, पुष्पो से भरे जलाशय, प्रकृति की गोद में खेलते ग्राम, विद्युत के रंग-बिरंगे प्रकाश में जगमगाते नगर, गाँव तथा नगरों को जोड़ते शिक्षित युवक-युवतियाँ सबका मूल आधार खेती ही हैं। राष्ट्र के स्वस्थ, पर्यावरण और आहार का आधार कृषि है। खेतिहर पशुओं के जीवन का आधार कृषि है। कृषि उत्पादों का व्यापार, कृषि पर आधारित उद्योग, पशुपालन, डेयरी फार्मिंग, बागवानी, कृषि, वानिकी इत्यादि कृषि क्षेत्र के साथ जुड़ा है।

हमारे वैज्ञानिकों ने जहाँ एक ओर गहन शोध कार्य के आधार पर कृषि के हर क्षेत्र में उत्पादन बढ़ाया है वहीं दूसरी ओर बढ़ती आबादी ने हम पर आघात किया है। सन् 1965 में देश के तत्कालीन प्रधानमंत्री लालबहादुर शास्त्री ने जब 'जय जवान जय किसान' का नारा दिया था उस समय देश को लगभग प्रतिवर्ष 150 करोड़ टन खाद्यान्न आयात करना पड़ रहा था। उस समय भारत विश्व का सबसे बड़ा आयातक देश था, किन्तु अमेरिका द्वारा भारत को किये जाने वाले निर्यात में कटौती के कारण हमारी स्थिति 'शिप टू माउथ' वाली हो गयी। सौभाग्यवश उस समय डा०एम०एस० स्वामीनाथन जैसे प्रतिभाशाली कृषि वैज्ञानिक के कारण हरित क्रान्ति आयी और अपने देश की काया ही पलट दी। इसके फलस्वरूप पारम्परिक कृषि व्यवहारों का प्रतिस्थापन आधुनिक प्रौद्योगिकी एवं फार्म व्यवहारों से किया जाने लगा। जिससे कृषि की दशा में तेजी से सुधार हुआ। कृषि के क्षेत्र में नवीन तकनीकों को अपनाया गया, उन्नतशील बीजों का प्रयोग बढ़ा उर्वरकों एवं कीटनाशकों के प्रयोग से गुणात्मक सुधार हुआ, कृषि में यन्त्रीकरण का प्रयोग बढ़ा, सिंचाई की सुविधाओं में वृद्धि हुई एवं अन्य ढाँचागत सुविधाएँ बढ़ाई गयीं। इस तरह, कृषि में सस्थागत एवं तकनीकी सुधारों के साथ-साथ सघन एवं विस्तृत खेती की गयी।

परिणाम स्वरूप कृषि सभी उद्योगों की जननी, मानवजीवन की पोषक, प्रगति की सूचक तथा सम्पन्नता का प्रतीक मानी जाती है। भारत जैसे विकासशील देश में प्रधान व्यवसाय होने के कारण कृषि राष्ट्रीय आय का सबसे बड़ा स्रोत, रोजगार एवं जीवन यापन का प्रमुख साधन, औद्योगिक विकास, वाणिज्य एवं विदेशी व्यापार का आधार है। यह भारतीय अर्थ व्यवस्था की रीढ़ तथा विकास की कुंजी है।

अल्प विकसित राष्ट्र, जिसका प्रमुख व्यवसाय कृषि है अपने सीमित साधनों द्वारा आर्थिक विकास की ऊँची दर तक नहीं प्राप्त कर सकते जब तक कि वे आधारभूत कृषि उद्योग का विकास न कर लें। प्राकृतिक ससाधनों की पर्याप्तता के बावजूद पूँजीगत एवं अन्य विशिष्ट ससाधनों की अपर्याप्तता के

फलस्वरूप भारत जैसे विकासशील देश में औद्योगीकरण की धीमी प्रगति एवं तीव्रगति से बढ़ती जनसंख्या के कारण उत्पन्न श्रमशक्ति को पर्याप्त रोजगार उपजब्ध नहीं कराया जा सका है। देश में बेकार पड़ी श्रमशक्ति को रोजगार कृषि एवं सम्बद्ध उद्योगों में ही उपजब्ध हो सकता है। अतः देश की आर्थिक प्रगति एवं बेरोजगारी दूर करने हेतु कृषि के विकास का बड़ा महत्व है। यहाँ देश के आर्थिक विकास के लिए कृषि विकास पर अधिक ध्यान इसलिए भी दिया जाना महत्वपूर्ण होता है, क्योंकि कृषि क्षेत्र में पूँजी-उत्पाद अनुपात अधिक ऊँचा नहीं है। फलस्वरूप कम पूँजी लगाकर कृषि क्षेत्र में अधिक उत्पादन किया जा सकता है। इसके अतिरिक्त कृषि विकास के लिए उतनी मुद्रा की आवश्यकता नहीं होती जितना कि औद्योगिक विकास के लिए, यही कारण है कि देश के योजनाकारों ने देश की प्रगति के लिए जो रूपरेखा तैयार की उसमें औद्योगीकरण के साथ-साथ कृषि के विकास पर विशेष बल दिया।

कृषि के विकास के महत्व को स्पष्ट करते हुए प्रसिद्ध अर्थशास्त्री कोल एवं हूवर ने कहा है कि, “सम्पूर्ण अर्थव्यवस्था के विकास के लिए कृषि का विकास पहले होना चाहिए और यदि किसी क्षेत्र के अविकसित होने से दूसरे क्षेत्र के विकास में बाधा पड़ती है तो वह अविकसित क्षेत्र कृषि ही होगा जो अन्य क्षेत्रों के विकास को बाधित करेगा।”¹ भारत गँवों का देश है। यहाँ के कुल 605224 गँवों में लगभग 743 प्रतिशत निवास करती है जिसका मुख्य व्यवसाय कृषि है। यहाँ की जनसंख्या में 39 प्रतिशत कृषक तथा शेष कृषि मजदूर के रूप में कार्यरत है। देश के राष्ट्रीय आय में कृषि क्षेत्र का योगदान अन्य क्षेत्रों की तुलना में अधिक है स्वतन्त्रता प्राप्ति के पश्चात् नियोजित विकास एवं औद्योगीकरण के फलस्वरूप यद्यपि धीरे-धीरे इस क्षेत्र के योगदान में कमी आती जा रही है फिर भी राष्ट्रीय आय में कृषि का हिस्सा अभी भी अपेक्षाकृत अधिक है। कृषि का राष्ट्रीय आय में योगदान एवं महत्व तालिका संख्या 11 से स्पष्ट होता है।

¹ मिश्रा, जे0पी0, *भारतीय अर्थव्यवस्था*, मिश्रा ट्रेडिंग कारपोरेशन, वाराणसी, पृ0 173।

तालिका सख्या— 11

साधन लागत पर सकल घरेलू उत्पाद में कृषि क्षेत्र का योगदान

(करोड रुपये में)

वर्ष	कृषि एवं सम्बद्ध क्षेत्र	सकल घरेलू उत्पाद	कृषि क्षेत्र का भाग
1950-51	83154	140477	59.19
1960-61	112848	206121	54.76
1970-71	142581	296303	48.12
1980-81	167770	401162	41.82
1999-2000	316780	1151991	27.49

(स्रोत आर्थिक समीक्षा, 2000-01, भारत सरकार, नयी दिल्ली पृष्ठ S-19)

उपरोक्त तालिका से स्पष्ट है कि सकल घरेलू उत्पाद में कृषि का योगदान 1950-51 में 59.19 प्रतिशत था जो क्रमशः घटकर 1999-2000 में 27.49 प्रतिशत ही रह गया। यह देश के आर्थिक विकास का सूचक है, क्योंकि जहाँ वर्ष 1950-51 में कृषि क्षेत्र का भाग 59.19 प्रतिशत था तो कृषि एवं सम्बद्ध क्षेत्र का योगदान 83154 करोड रुपये था, किन्तु सन् 1999-2000 में कृषि क्षेत्र का भाग आधे से कम होकर सिर्फ 27.49 प्रतिशत रह गया किन्तु कृषि एवं सम्बद्ध क्षेत्र का योगदान लगभग चार गुना बढ़ गया जो 316780 करोड रुपये है।

कृषि देश के अनेक छोटे एवं बड़े उद्योगों का आधार भी है। सूती वस्त्र, चीनी, पटसन, चाय, रबड़, वनस्पति घी, तेल, आदि अनेक उद्योग अपने कच्चे माल के लिए मुख्य रूप से देश की कृषि पर ही निर्भर हैं। लघु उद्योगों में चावल, आटा, तेल व दालें आदि की मिलों को कच्चा माल भी कृषि से ही प्राप्त होता है।

कृषक परिवहन के विभिन्न साधनों जैसे—रेल, सड़क, समुद्री मार्ग आदि के माध्यम से कृषि पदार्थों को एक स्थान से दूसरे स्थान पर पहुँचाकर

लाभान्वित हो रहे हैं। इसके अतिरिक्त देहात एवं शहर की मण्डियों तक कृषि एवं सम्बन्धित पदार्थों की दुलाई से सम्बद्ध परिवहन के परम्परागत और आधुनिक साधनों की आय का आधार भी कृषि ही है। देश का राष्ट्रीय आय कृषि क्षेत्र के प्रभावित होने से महत्वपूर्ण ढंग से प्रभावित होती है। देश में कराधान, ऋण तथा व्यय सम्बन्धी नीतियों का निर्धारण मुख्य रूप से कृषि उत्पादन की मात्रा के आधार पर किया जाता है। देश में प्रतिवर्ष कृषि विकास पर भारी मात्रा में धन व्यय किया जाता है तथा देश को प्रतिवर्ष करोड़ों रुपये की आय मालगुजारी तथा कृषि आय कर से प्राप्त होती है। इसके अतिरिक्त, कृषि वस्तुओं के निर्यात से सरकार को राजस्व की अतिरिक्त प्राप्ति भी हर वर्ष होती है।

विदेशी व्यापार एवं अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर भी कृषि का स्थान बहुत ऊँचा है। विदेशी व्यापार की दृष्टि से देश के कुल निर्यात का लगभग 15 प्रतिशत कृषि तथा कृषि से सम्बद्ध क्षेत्र से प्राप्त होता है। इसी प्रकार अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर अनेक कृषि पदार्थों के उत्पादन में भारत को विश्व में महत्वपूर्ण स्थान प्राप्त है। उदाहरण के लिए, मूँगफली तथा चाय के उत्पादन में भारत का विश्व में प्रथम स्थान है जबकि चावल, कपास, गन्ना तथा जूट में द्वितीय स्थान है। तम्बाकू के उत्पादन में तीसरा तथा प्राकृतिक रबड़ के उत्पादन में पाँचवाँ स्थान है। लाख के उत्पादन में तो भारत का एकाधिकार है।

भारतीय कृषि की महत्ता का अध्ययन करने के पश्चात् यह तथ्य सामने आता है कि अर्थव्यवस्था के विकास में योगदान देने वाले कृषकों एवं कृषि की उन्नति तभी सम्भव है जब कृषि विपणन व्यवस्था सुदृढ़ हो एवं किसानों तथा उपभोक्ताओं के हित में हो। किसानों एवं उपभोक्ताओं के हित में विपणन व्यवस्था के होने से उत्पादित कृषि उत्पत्ति की माँग एवं पूर्ति में समानता बनी रहेगी क्योंकि जहाँ एक ओर कृषक अधिक मात्रा में अच्छी गुणवत्ता वाली कृषि उपज पैदा करेगा और दूसरी तरफ उचित मूल्य पर उपभोक्ताओं को कृषि वस्तुएँ उपजब्ध होंगी। इक्कीसवीं सदी में खाद्यान्नों की आवश्यकता का विवरण निम्न तालिका द्वारा स्पष्ट है—

तालिका सख्या-1 2

इक्कीसवी सदी में खाद्यान्नों की आवश्यकता

(मिलियन टन)

फसल	2001-2002	2006-2007	वृद्धि (प्रतिशत में)
चावल	89.8	98.8	10.02
गेहूँ	72.5	80.7	11.31
मोटा अनाज	32.6	34.4	1.9
दालें	18.4	21.5	16.85
खाद्य तेल	7.9	9.5	20.25
चीनी	16.8	19.6	16.67
सब्जी	91.7	108.5	18.32
फल	52.6	69.1	31.37

(स्रोत-सहकारिता विशेषांक, यू0पी0, 2000, कोऑपरेटिव यूनियन, लखनऊ, पृ0-103)

उपरोक्त तालिका का अध्ययन करने से स्पष्ट होता है कि 2001-2002 से आगामी 5 वर्षों में खाद्यान्नों की आवश्यकता में औसतन लगभग 16 प्रतिशत की वृद्धि होगी। चावल में 10.02 प्रतिशत तथा गेहूँ में थोड़ा अधिक 11.31 प्रतिशत वृद्धि अनुमानित है। मोटे अनाज में अल्पवृद्धि 1.9 प्रतिशत ही होगी। जबकि दालों में वृद्धि 16.85 प्रतिशत औसतन ही होगा। खाद्य तेल में वृद्धि 20.25 प्रतिशत होगी। चीनी की माँग में आगामी 5 वर्षों में 16.67 प्रतिशत वृद्धि होगी। सब्जियों की माँग में 18.32 प्रतिशत की वृद्धि होगी। खाद्यान्नों की आगामी 5 वर्षों की माँग में सर्वाधिक 31.37 प्रतिशत वृद्धि होगी।

इस प्रकार यह निष्कर्ष निकलता है कि खाद्यान्न सम्बन्धी विभिन्न फसलों के आगामी वर्षों में माँग में होने वाली वृद्धि की पूर्ति कृषकों को कृषि उपज के उत्पादन से ही पूरी करनी होगी। कृषि उत्पादन को सम्पूर्ण देश में सतुलित ढंग से उचित कीमत एवं उचित मात्रा में सर्वत्र पहुँचाने के लिए सुदृढ़ कृषि विपणन व्यवस्था का सहारा लेना होगा, क्योंकि बिना उचित कृषि विपणन व्यवस्था के कृषि उत्पादन की माँग एवं पूर्ति में सतुलन नहीं स्थापित किया जा सकता है। अतः कृषि विपणन व्यवस्था की सुदृढ़ता के लिए चुनौतीपूर्ण कार्यों पर विशेष ध्यान देना होगा,

इनमें मध्यस्थों की सख्खा, परिवहन की सुविधा, महाजनो का वर्चस्व, मण्डियों की कुरीतियाँ,, उपज की किस्म, उपभोक्ता की रुचियाँ प्रमुख हैं।

अतः अब प्रश्न उठता है कि कृषि विपणन प्रक्रिया को किस तरह प्रभावित होने से रोका जाए। इस प्रश्न का उत्तर यही होगा कि, ऐसी कोई व्यवस्था या संगठन जो कृषको एवं उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा के साथ-साथ ग्रामीण अर्थव्यवस्था के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाये। अतः इस महत्वपूर्ण दायित्व की पूर्ति हेतु कुछ शोषित लोगों ने संगठित होकर आपसी सहयोग एवं सद्भाव के माध्यम से शोषको के खिलाफ आवाज उठायी, जिसमें सरकार का भी समर्थन प्राप्त था तत्पश्चात् इसी विचारधारा ने होकर सहकारिता के रूप में जन्म लिया। सहकारिता के माध्यम से गरीब कृषक आपसी संगठन द्वारा एक दूसरे के लिए जीते हैं, परन्तु धन के अभाव में अच्छी तरह से कृषि कार्य नहीं कर पाते। इसके साथ ही साथ बढ़ती जनसंख्या के खाद्यान्न सम्बन्धी आवश्यकताओं की पूर्ति में अक्षम दिखाई पड़ने लगे।

भारत जैसे देश में जहाँ अर्थव्यवस्था के विकास का केन्द्र बिन्दु उसका कृषि क्षेत्र है। कृषि क्षेत्र के कुशल एवं विकसित होने पर ही कृषि उत्पादन एवं विपणन में तेजी आती है। परन्तु कृषि क्षेत्र का विकास कृषको को साख की सुविधाएँ प्रदान किये बिना नहीं किया जा सकती है। कृषको को रासायनिक खाद, अच्छे बीजों, सिंचाई की सुविधाओं, आधुनिक कृषि उपकरणों एवं कीटनाशक दवाओं तथा उचित विपणन की सुविधाओं की जरूरत पड़ती है। ये कृषि उद्योग की प्रारम्भिक आवश्यकताएँ हैं। इनको प्राप्त करने के लिए कृषको के पास पर्याप्त पूँजी नहीं होती है। उचित समय पर पर्याप्त मात्रा में साख सुविधाएँ उपजब्ध होने पर ये उक्त साधनों को एकत्र करने तथा कृषि उत्पादन बढ़ाने में सफल हो सकते हैं। साख की पर्याप्त सुविधाएँ प्राप्त होने पर किसान श्रम बचाने वाले यन्त्र, अधिक बीज तथा उर्वरक खरीदने में समर्थ हो सकेंगे। इस प्रकार की व्यवस्था से कृषको को कोई आर्थिक कठिनाई नहीं होती है।

परन्तु दुख का विषय यह है कि भारत जैसे विकासशील देश में कृषि साख की व्यवस्था महाजनो पूँजीपतियो जमींदारो व्यापारियो तथा व्यक्तिगत साहूकारो द्वारा की जाती है। इस प्रकार की असंस्थागत साख से कृषको का हित नहीं हुआ है। इस प्रकार की साख सुविधाओ से भूमि-सुधार करने में कोई प्रेरणा नहीं मिली है क्योंकि कृषको को सदैव यह भय बना रहता है कि उनके द्वारा अधिक उत्पादन किये जाने पर यह अतिरिक्त उत्पादन महाजनो को अतिरिक्त व्याज के रूप में देना पड़ेगा या जमींदार लगान बढ़ाकर उसे हड़प जायेगे। इस प्रकार निजी स्रोतो से प्राप्त साख अनुत्पादक होती है, क्योंकि उसका उद्देश्य कृषि उत्पादन बढ़ाना नहीं है, बल्कि कृषको को बराबर ऋण ग्रस्तता की स्थिति में बनाये रखना है।

ग्रामीण साख तथा कृषि उत्पादन एवं विपणन की उपर्युक्त विशेषताओ को ध्यान में रखकर कृषि के लिए संस्थागत साख की व्यवस्था करने पर विशेष ध्यान दिया जाने लगा है। संस्थागत साख का मूल उद्देश्य निर्धनता, अत्यधिक लगान, व्याज तथा लगान के दूषित चक्र को तोड़ना तथा कृषको को कृषि उत्पादकता बढ़ाने के साथ-साथ विपणन द्वारा अधिकतम मूल्य प्राप्त कराने के लिए प्रोत्साहित करना है।

कृषको की कृषि उत्पादन एवं विपणन से सम्बन्धित समस्याओ के समाधान के लिए सहकारी स्तर पर तेजी से प्रयास किये जा रहे हैं। कृषि सहकारी विपणन संस्थाओ की स्थापना इस क्षेत्र में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। इन सहकारी विपणन संस्थाओ के माध्यम से जहाँ एक ओर कृषको को कृषि उत्पादन से सम्बन्धित आसान ऋण तथा विपणन स्वतन्त्रतापूर्वक करने का मौका मिला है, वहीं दूसरी ओर कृषक वर्ग ऋण जाल से निकलकर अधिकाधिक कृषि उत्पादन एवं विपणन की प्रक्रिया में सक्रिय रूप से योगदान कर रहा है। वर्तमान में कृषि उत्पादन एवं विपणन में आशातीत सफलता के ही कारण विस्फोटक जनसंख्या वृद्धि की खाद्यान्न सम्बन्धी आवश्यकता की पूर्ति ही नहीं कर रहे हैं वरन् खाद्यान्न निर्यातक की श्रेणी में हम जा पहुँचे हैं।

कृषि विपणन—अर्थ

आर्थिक विकास की अत्यन्त प्रारम्भिक अवस्था में मनुष्य की आवश्यकताएँ बिल्कुल ही कम थीं इसलिए उस समय प्रत्यक्ष सतुष्टि की अवस्था थी, विनिमय की आवश्यकता थी ही नहीं। मनुष्य को जब भूख लगी तुरन्त उसने पेड़ से फल तोड़े या जानवर के शिकार किये और अपनी आवश्यकता की सतुष्टि कर ली। जब उसे शरीर को ढकने की आवश्यकता महसूस हुई तो पेड़ से पत्ती तोड़ी, छाल निकाला या किसी जानवर का चमड़ा निकाला और शरीर ढक लिया। इसी प्रकार जब भी आँधी, पानी, तेज धूप से बचाव की आवश्यकता महसूस हुई तो घास फूस की झोपड़ी बना ली। विकास की इस प्रारम्भिक अवस्था में मनुष्य परिवार में रहता था, समुदाय तथा समाज की धारणा सम्भवतः नहीं थी। श्रम विभाजन एवं विशिष्टीकरण की झलक मिलती है कि पुरुष शिकार आदि करके भोजन की व्यवस्था करते थे एवं स्त्रियाँ बच्चों के पास रहकर उनका देखभाल करती थीं। पर श्रम विभाजन एवं विशिष्टीकरण की इस अवस्था में विनियम प्रथा का स्थान नहीं था। धीरे-धीरे मनुष्य विकसित हुआ, उसकी आवश्यकताएँ बढ़ी, वह समूहों तथा समुदायों में रहने लगा। अभी वह अपनी आवश्यकता के सभी वस्तुओं को प्राप्त करने या उत्पादित करने में समर्थ नहीं था। परन्तु थोड़ी बहुत आवश्यकता की पूर्ति के लिए जंगल एवं झाड़ी को साफ करने फसल उगाने लगा। इस तरह समय बीतता गया एवं मनुष्य की आवश्यकता में भी निरन्तर वृद्धि होती गयी। फलस्वरूप मनुष्य अधिक फसल उगाने लगा। इस तरह जो लोग कृषि का कार्य करते थे 'कृषक' की संज्ञा दी गयी। अतः अधिक फसल उगाने के परिणामस्वरूप कुछ लोगों के पास उनके उपभोग से अधिक फसल पैदा हुई। कुछ लोग जो कृषि नहीं करते थे वे भी कृषि कार्य करना शुरू किये। अतः कुछ लोगों के पास उनके उपभोग से अधिक उत्पादन था कुछ लोगों के पास कम। आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए एक दूसरे से वस्तुओं के लेन देन का काम लोग करने लगे। यही से वस्तु विनिमय की

प्रथा चल पड़ी। धीरे-धीरे लोगो की आवश्यकता का विस्तार होता गया। इस दौरान लोगो ने वस्तु विनिमय की अवस्था में अनेक कठिनाइयों का अनुभव किया और महसूस किया कि वस्तु विनिमय तथी सम्भव है जब दोहरे सयोग का अभाव न हो। दूसरे लोगो ने मूल्य के मापदण्ड में कठिनाई महसूस की। तीसरी कठिनाई उन वस्तुओं के लेन देन के सम्बन्ध में महसूस हुई जिनका विभाजन या तो सम्भव ही नहीं था या विभाजन के बाद उसकी उपयोगिता समाप्त हो जाती है। अतः लोगो को एक ऐसे माध्यम की तलाश थी जो एक ओर विनिमय माध्यम का कार्य करे तथा दूसरी ओर इस तरह होना चाहिए जिससे वस्तुओं का उचित मूल्य व्यक्त किया जा सके। यही से वास्तव में मुद्रा का प्रादुर्भाव हुआ है।

हमारे प्राचीन विद्वानों की कृतियाँ मनुस्मृति, वेद, उपनिषद्, महाभारत, रामायण, कौटिल्य के अर्थशास्त्र व शुक्रनीति आदि में जीवन की मुख्य आवश्यकताओं (भोजन, वस्त्र, घर) में भोजन को पहली आवश्यकता माना गया और जीवन के अस्तित्व तथा पोषण के लिए भोजन आवश्यक बताया गया है। अन्न की विशेष सन्तुष्टियाँ की गयी हैं, यहाँ तक कह दिया गया है कि, “अन्न ही ब्रह्म है।” अन्न के महत्व का वर्णन यजुर्वेद में निम्न प्रकार किया गया है—

अन्न पतेऽन्नस्य नौ देहयनमी वस्य शुष्मिण ।

प्रप दातार तारिषऽउर्ज नो धेहि द्विपदे चतुष्पदे ।।

{ अर्थात् हे अग्नि के पालनकर्ता अग्नि देव! हमारे लिए रोग रहित, बल देने वाला अन्न दो। अन्न देने के बाद हमें हर प्रकार से बढ़ाओ और हमारे मनुष्यों एवं पशुओं को भी अन्न प्रदान करो। }

मूलभूत आवश्यकताओं में पहली आवश्यकता भोजन के सम्बन्ध में खाद्य सुरक्षा पर रोम घोषणापत्र में उल्लिखित है कि, ‘प्रत्येक व्यक्ति को सुरक्षित तथा पर्याप्त भोजन तथा भूखमरी से मुक्ति का मौलिक अधिकार है।’ इस सम्बन्ध में प्राचीन कहावत उल्लेखनीय है, जो कि इस प्रकार है—

विभुक्षित कि न करोति पापम् ।

क्षीणा नरा निष्करुणा भवन्ति ।।

{ भूखा व्यक्ति क्या पाप नहीं करता? वह दयाहीन हो जाता है उसे कर्तव्य अकर्तव्य का विवेक नहीं रहता }

अतः पेट की भूख शान्त करने के लिए अन्न की आवश्यकता होती है, परन्तु बहुत सारी आवश्यकताओं की पूर्ति करने के लिए मुद्रा की आवश्यकता पड़ती है, जो विनिमय के माध्यम का कार्य करती है। भारत जैसे कृषि प्रधान देश जहाँ देश की तीन चौथाई जनसंख्या कृषि कार्य में प्रत्यक्ष एवं परोक्ष रूप से लगी है। वहाँ कृषि कार्य में लगे इन कृषकों को जीवन यापन सम्बन्धी अन्य आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए कृषि ही एकमात्र साधन है। इस प्रकार अन्य आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए किसान अपनी उपज को माध्यम बनाते थे और कृषि उत्पत्ति के आधिक्य को बेच देते थे।

सभ्यता के विकास के साथ-साथ लोगों की आवश्यकताएँ उत्तरोत्तर बढ़ती गयीं। तमाम वैज्ञानिक आविष्कार एवं तकनीकी परिवर्तन ने देश के सम्पूर्ण ढाँचे को बिल्कुल बदलकर रख दिया। एक ओर आर्थिक विकास में वृद्धि होने से मूलभूत आवश्यकताओं के साथ-साथ अनेक भौतिक आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए समाज को अधिक मुद्रा की आवश्यकता हुई। कृषक वर्ग इस बढ़ी हुई आवश्यकता की पूर्ति के लिए वैज्ञानिक ढंग एवं तकनीकी प्रकार से खेती अधिक मात्रा में करने लगा। परिणामस्वरूप कृषि उत्पादन में आशानुरूप वृद्धि हुई। अतः इस बड़े उत्पादन में से कृषकों द्वारा उपभोग के लिए फसल रखने के बाद बेचना शुरू कर दिया गया। यही से कृषि उत्पत्ति के विपणन की प्रक्रिया को धुधला सा स्वरूप मिला। किन्तु फसल बेचने की यह प्रक्रिया सन्तोषजनक नहीं थी।

उन्नीसवीं शताब्दी के उत्तरार्द्ध में जूट और सूती वस्त्र उद्योग के विकास के कारण एवं बीसवीं शताब्दी में चीनी उद्योग के प्रादुर्भाव से कृषि क्षेत्र में व्यापारिक फसलों के महत्व में वृद्धि हुई। इसी अवधि में नगरीय विकास की प्रक्रिया आरम्भ हुई और जनसंख्या वृद्धि की गति अत्यधिक तेज हो गयी। अतः नगरों में बढ़ रही तेजी से जनसंख्या के लिए कृषि पदार्थों की अधिक आवश्यकता अनुभव की जाने लगी। परिणामस्वरूप खाद्यान्नों के विपणन की प्रक्रिया का विधिवत प्रारम्भ

हो गया। दूसरी ओर देश की स्वतन्त्रता के बाद हुए भूमि सुधारों के फलस्वरूप गाँवों में आर्थिक दृष्टि से सम्पन्न किसानों का एक ऐसा वर्ग बन गया जिसने कृषि को एक व्यवसाय के रूप में ग्रहण किया। इस वर्ग ने कृषि कार्य अधिक आर्थिक लाभ कमाने के उद्देश्य से शुरू किया। अतः इस वर्ग ने कृषि फसलों के विपणन हेतु नयी-नयी व्यवस्थाओं का सूत्रपात किया और इस प्रकार शनैः शनैः कृषि विपणन व्यवस्था में नियमित रूप से निरन्तर सुधार होते रहे।

वास्तव में विपणन अतिरेक की विचारधारा तथा अवधारणा खाद्य फसलों के सम्बन्ध में ही प्रयुक्त होती है, यही औचित्यपूर्ण भी है। विपणन अतिरेक की अवधारणा का प्रयोग व्यापारिक फसलों के लिए ही होता है, क्योंकि उनका उत्पादन विक्रय के उद्देश्य से ही किया जाता है। अनाजों का अधिकांश भाग कृषक अपने पारिवारिक तथा अन्य उपभोग के लिए या तो रख लेता है या व्यय कर देता है और शेष भाग का विक्रय कर देता है। इस प्रकार, “विपणन अतिरेक से अभिप्राय कृषि उत्पादन की उस मात्रा से है जो पारिवारिक उपभोग की आवश्यकता की पूर्ति तथा उपज के रूप में मजदूरी, वेतन, बीज, पशुओं के आहार आदि के रूप में कृषि उत्पत्ति की अदायगी के उपरान्त कृषक के पास विक्रय हेतु बच जाता है।”

कृषि विपणन के सन्दर्भ में विभिन्न विद्वानों ने अपनी-अपनी परिभाषा प्रस्तुत की है, विभिन्न विद्वानों द्वारा दी गयी परिभाषाओं में से कुछ प्रमुख परिभाषाएँ इस प्रकार हैं —

फ्रेडरिक लुण्डी थामस के अनुसार, “—कृषि विपणन के अध्ययन में वे सभी क्रियाएँ तथा उनका संचालन करने वाली सभी एजेंसियाँ शामिल हैं इसके साथ ही साथ कृषि जन्य खाद्यान्न और सामग्रियों से अन्तिम उपभोक्ता तक पहुँचाना और इन क्रियाओं का किसानों, मध्यस्थों और उपभोक्ताओं पर प्रभाव अन्तर्निहित है।”

रिचार्ड एल० कोहली के अनुसार, “—कृषिगत वस्तुओं के विपणन में प्रारम्भिक उत्पादन से लेकर अन्तिम उपभोक्ता तक पहुँचाने की सभी व्यावसायिक क्रियाएँ सम्मिलित की जाती हैं।”

जार्ज ओब्रेन के अनुसार, “—कृषि विपणन कृषक के दोनो प्रकार के क्रय एवं विक्रय के सौदो को सम्मिलित करता है, लेकिन सामान्यतया यह व्यवसाय की उस सीमा को निर्धारित करता है जो विक्रय पक्ष की क्रियाओं को सम्मिलित करते हुए उत्पादन करने के समय से प्रारम्भ करके उपभोक्ता तक पहुँचाता है।”

संयुक्त राष्ट्र अमेरिका के विपणन के अध्यापको का राष्ट्रीय सघ, के अनुसार, “—कृषि विपणन में वे समस्त व्यावसायिक क्रियाएँ (स्वरूप परिवर्तित करने को छोड़कर) सम्मिलित की जाती हैं, जो खाद्य सामग्री व कच्ची खाद्य सामग्री को उत्पादक से उपभोक्ता तक पहुँचाने में की जाती हैं।”

विभिन्न विद्वानों द्वारा कृषि विपणन की दी गयी परिभाषाओं का अध्ययन करने के उपरान्त हम कृषि विपणन की परिभाषा अपने शब्दों में निम्न प्रकार से दे सकते हैं—

“कृषि विपणन में वे समस्त क्रियाएँ सम्मिलित की जाती हैं जो खाद्यान्न और कच्ची सामग्रियों के खेतों से अन्तिम उपभोक्ता तक पहुँचाने के उद्देश्य से सम्पन्न की जाती हैं।” इसमें खेत पर उपज का हस्तान्तरण करना, प्रारम्भिक ससाधन, वर्गीकरण और किस्म को बनाये रखाने तथा बढ़ाने और छीजन से बचने के लिए सवेष्टन शामिल हैं।

कृषि विपणन की प्रक्रिया सम्पन्न होने तक अनेक क्रियाएँ सम्पन्न की जाती हैं, जिनका क्रमबद्ध विवरण इस प्रकार है—

- कृषि उपज का किसान के विभिन्न खेतों से या खलिहान से एक स्थान पर एकत्रीकरण।
- एकत्रीकरण के पश्चात् एकत्रित विभिन्न फसलों को अलग करना तथा अलग करने के बाद यदि फसल की कई प्रजातियाँ बोयी गयी थी तो उनको विभिन्न श्रेणी प्रदान करना।
- तत्पश्चात् यदि आवश्यकता हो तो उचित सवेष्टन की व्यवस्था कृषि उत्पत्ति के वजन, मात्रा, टिकारूपन आदि के आधार पर करना।

► इसके पश्चात् कृषि उपज को मण्डी तक पहुँचाने के लिए खेत या खलिहान से उचित परिवहन की व्यवस्था करना।

► कृषि उपज का मण्डी तक पहुँचने पर उसकी सुरक्षा के लिए गोदामों में रखना, जब तक कि फसल बिक न जाय।

► गोदाम से फसल निकालने के बाद आढतियों को या थोक व्यापारी को बेच दिया जाता है।

► आढतिया या थोक व्यापारी किसान को उसके कृषि उपज का भुगतान कर देता है उसके बाद वह कृषि उपज को विभिन्न फुटकर व्यापारियों को बेचता है।

इस प्रकार कृषि विपणन की प्रक्रिया पूर्ण हो जाती है और कृषि उत्पत्ति कृषको (उत्पादको) से उपभोक्ताओं के पास उपरोक्त प्रक्रिया द्वारा पहुँच जाती है।

विशेषताएँ—विद्वानों द्वारा दी गयी परिभाषा के आधार पर हम कृषि विपणन प्रक्रिया की निम्नलिखित विशेषताएँ बता सकते हैं —

► कृषि उपज की बिक्री को अन्तिम उपभोक्ता तक पहुँचाने के लिए कम से कम मध्यस्थ होते हैं। इससे कृषको को उनकी उपज का उचित मूल्य प्राप्त होता है एवं साथ ही साथ उपभोक्ताओं को मध्यस्थों की अनावश्यक श्रृंखला के कारण अधिक दाम नहीं देने पड़ते हैं, उन्हें कृषि वस्तुएँ उचित मूल्य एवं शुद्धता के साथ मिलती हैं।

► अच्छी कृषि विपणन प्रणाली में अनावश्यक मध्यस्थों के न होने से कृषको एवं उपभोक्ताओं के बीच दूरी कम हो जाती है और दोनों में मधुर सम्बन्ध स्थापित हो जाते हैं परिणामस्वरूप सुदृढ़ कृषि विपणन प्रणाली का विकास होता है।

► कृषि विपणन व्यवस्था के माध्यम से कृषको को मण्डी तथा बाजार के कृषि उत्पादों के भाव आसानी से ज्ञात हो जाते हैं और कृषि उपज की बिक्री कृषको द्वारा मोल भाव बाजार या मण्डी के अनुसार किया जाता है। परिणामस्वरूप कृषको को उनकी उपज का उचित मूल्य प्राप्त होता है।

► अच्छी कृषि विपणन व्यवस्था की विशेषता होती है कि कृषि उपज को मण्डियों तथा गोदामों तक ले जाने के लिए राधन एवं सड़के होती हैं, जिससे कृषक अपनी उपज शीघ्रतापूर्वक कम व्यय से ही आसानी से मण्डी या गोदाम तक उपज ले जा सके।

► कृषि विपणन आदर्श तब कहलाती है जब कृषकों की उपज रखने के लिए उचित भण्डारण की व्यवस्था होती है। उचित भण्डारण की व्यवस्था होने से कृषकों द्वारा उचित समय आने पर उपज की बिक्री की जाती है। अतः कृषक फसल के नष्ट होने से होने वाली हानि से बच जाता है और उचित समय पर बिक्री करने से उचित मूल्य प्राप्त होता है।

► अच्छी कृषि विपणन प्रणाली में कृषि उपज के वर्गीकरण एवं श्रेणीकरण की व्यवस्था होती है। इससे विभिन्न प्रकार की कृषि उपजों का वर्गीकरण करके उनके कई श्रेणियों में बाँटकर गुणवत्ता, उपजब्धता एवं महत्व के आधार पर विक्रय दर निर्धारित किया जाता है।

► कृषि विपणन व्यवस्था के अन्तर्गत कई समितियाँ और बैंक कार्य करते हैं जो आवश्यकता पड़ने पर कृषकों को आर्थिक सुविधाएँ मुहैया करवाते हैं।

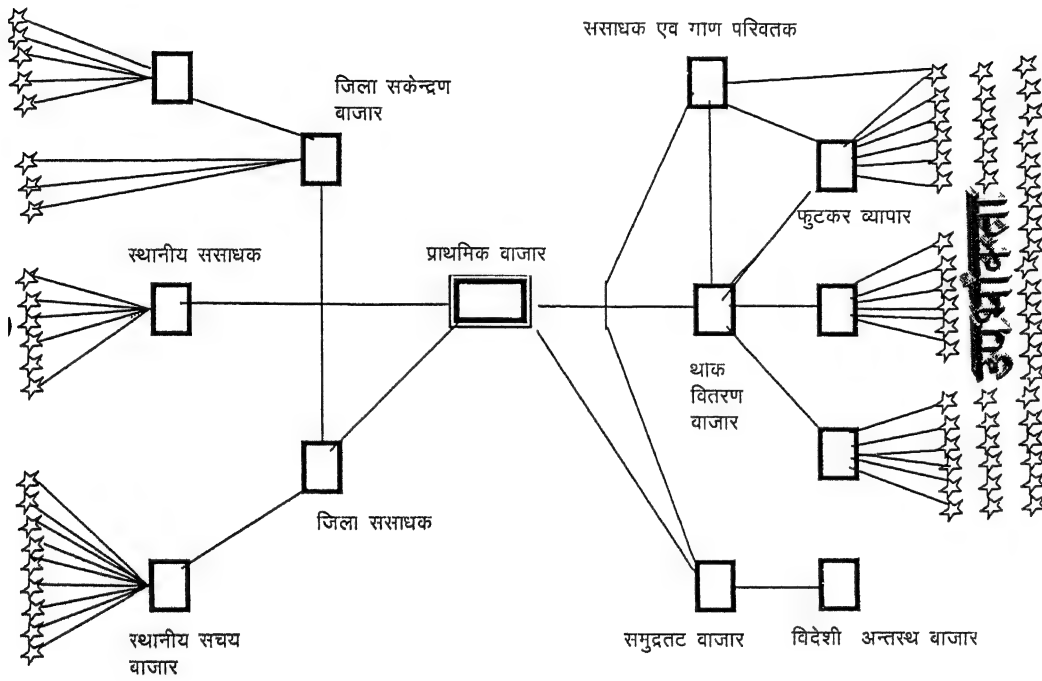
विपणन ढाँचा—

कृषि उपजों के लिए बाजारों के बहुवर्णी आकारों एवं प्रकारों को ध्यान में रखते हुए, बाजारों का सुस्पष्ट वर्गीकरण करना कठिन है। परन्तु कुछ सामान्यतः मिलने वाले आसानी से अभिज्ञात बाजारों के प्रकार निम्न हैं—

- (1) स्थानीय संचयन एवं विधायन बाजार।
- (2) जिला सकेन्द्रण एवं विधायन बाजार।
- (3) प्राथमिक या केन्द्रीय बाजार।
- (4) समुद्र तट बाजार।
- (5) गौण विधायन बाजार।
- (6) थोक वितरण बाजार।
- (7) फुटकर बाजार आदि।

नि सन्देह, कुछ बाजार उन प्रकारो के कई एक सयोजन का निरूपण कर सकते है जिसे चित्र सख्या-1 के माध्यम से दर्शाया गया है, जो निम्न प्रकार से है -

चित्र सख्या 1



1 स्थानीय सचयन एव विधायन बाजार - अधिकाश कृषि उपजे उत्पादन बिन्दु के निकट स्थित किसी छोटे बाजार के द्वारा निकलती है जहाँ किसान स्थानीय क्रेता को माल बेच देते है। ये क्रेता कई उत्पादको के माल का सचयन करते है। कभी-कभी ये क्रेता उस समय तक सचय करते रहते है जब तक इनके पास पूरे ट्रक लदान की मात्रा नही हो जाती। इसके बाद मे वे जिला या केन्द्रीय बाजार मे सचित उपजे भेज देते है।

विगत कुछ दशको के दौरान स्थानीय कृषि बाजारो की सख्या और रूप मे तीव्र परिवर्तन हुए है। कुछ क्षेत्रो मे और कुछ वस्तुओ मे स्थानीय सचयन

बाजार लगभग लुप्त हो गये हैं। ट्रक परिचालन क्रेता, जिन्हें व्यापार में साधारणतया व्यापारी ट्रकर्स कहा जाता है, सीधे खेतों पर जाते हैं और वही उपज खरीद लेते हैं। कई खेतों पर की गयी खरीददारियों को, किसी भी स्थानीय सचयन सुविधा के प्रयोग के बिना, पूरे ट्रक लदान में समायोजित किया जा सकता है। बाद में पूरे ट्रक को जिला ससाधक अथवा केन्द्रीय या थोक वितरण बाजारों अथवा फुटकर व्यापारियों को भेज दिया जाता है। इससे न केवल स्थानीय हस्तन लागतों में ही बचत होती है, अपितु बाजार निकासों के चुनाव में अधिकतम लोचशीलता रहती है।

परिणामस्वरूप स्थानीय बाजारों ने अपने क्षेत्रों का विस्तार कर लिया है और व्यापारिक रूप से चौराहा बिन्दुओं और बहुत छोटे स्थानीय बाजारों, जो पहले बड़ी मात्रा में कृषि उपजों का हस्तन करते थे, को समाप्त कर दिया है। कुछ क्षेत्रों में, बड़ी मात्रा में कृषि उपजों को प्राप्त करने के लिए ट्रकर्स सफरी क्रेता बन गये हैं तथा स्थायी रूप से स्थित स्थानीय क्रेताओं को हस्तान्तरित कर दिया है।

2 जिला सक्रेन्द्रण और ससाधन बाजार — कुछ उपजों का, या तो सम्पूर्ण रूप से अथवा अंशतः स्थानीय बाजारों में जहाँ खरीददारियाँ सीधे किसानों से होती हैं, एकत्र किया जाता है, विशेष रूप से मक्खन, पनीर, रूई, डिब्बे बन्द फलों एवं सब्जियों आदि का। अन्य उपजें, जैसे गेहूँ, चावल, गन्ना आदि का एकत्रीकरण प्रायः बड़े केन्द्रीय बाजारों में होता है। इन दो प्रकार के ससाधन बाजारों के मध्य, कुछ उपजों की दशा में, जिला ससाधन का बाजार होते हैं जहाँ कई स्थानीय संग्रहण बाजारों की उपजें इकट्ठा होती हैं और केन्द्रीय बाजारों अथवा सीधे उपभोक्ता बाजारों को भेजी जाती हैं। ये जिला ससाधन बिन्दु सही अर्थ में 'बाजार' नहीं होते, ये प्रायः ससाधन सयंत्रों का एक देहाती स्थान होता है जो अपना कच्चा माल एक से अधिक स्थानीय क्षेत्रों से प्राप्त करते हैं।

स्थानीय संग्रहण बाजारों और बड़े केन्द्रीय बाजारों के मध्य बाजार का दूसरा रूप, जिसका अपेक्षाकृत नूतन उद्गम है, वह "जिला सक्रेन्द्रण बाजार" है। सक्रेन्द्रण बाजार में सीधे खेतों अथवा स्थानीय संग्रहकर्ताओं से उत्पाद ट्रकों में भर कर भेजे जाते हैं। सक्रेन्द्रण बाजारों के लगभग वही कार्य हैं जो अन्तस्थ बाजारों के

होते हैं। ये वास्तव में मिश्रित बाजार होते हैं जिसमें कुछ लक्षण एक स्थानीय बाजार के और कुछ केन्द्रीय बाजार के होते हैं।

3 प्राथमिक, अन्तस्थ या केन्द्रीय बाजार – विपणन पद्धति में केन्द्रीय बाजार वह है जहाँ ससाधन अथवा अतिरिक्त ससाधन, भण्डारण, वर्गीकरण, अनुकूलन और अन्य ससाधन और गौण थोक बाजारों को वितरण अथवा समुद्रतटीय बाजारों को विदेशों में भेजने के लिए लदानों के लिए कई स्थानीय संग्रहण बाजारों अथवा जिला ससाधन बिन्दुओं से माल प्राप्त होता है।

कुछ व्यक्ति इस प्रकार के बाजार को 'प्राथमिक' बाजार कहते हैं क्योंकि यह वास्तव में व्यापार का प्रधान केन्द्र अथवा संग्रहण की प्रक्रिया में प्रथम बड़ा बाजार होता है। 'अन्तस्थ' भी इस प्रकार के बाजार पर लागू होता है जो सम्भवतः इस तथ्य के कारण उत्पन्न हुआ है कि ऐसे शहर कई रेलमार्गों पर कई विभिन्न बिन्दुओं से रेल लदानों के लिए गन्तव्य या अन्तस्थ बिन्दु होते हैं। अब इन शब्दों का केवल इतिहासकारों के लिए सूक्ष्म महत्व रह गया है और शब्द 'प्राथमिक' अथवा 'अन्तस्थ' का विपणन से परिचित किसी भी व्यक्ति के लिए यही अर्थ रहेगा। लेकिन, कुछ अधिक विवरणात्मक तथा कम सदिग्ध शब्द 'केन्द्रीय बाजार' का विपणन अर्थशास्त्रियों में अधिक प्रचलन हुआ है।

देश के विशाल कृषि उपजों के उत्पादन क्षेत्रों में स्थित सभी बड़े और कुछ छोटे शहर एक या अधिक उपजों के लिए बड़े गोदाम होते हैं जहाँ उनका अनुकूलन, मिश्रण, वर्गीकरण, भण्डारण किया जाता है और न्यूनतम व्यय पर पुनर्गाड़ियों में भरा जा सकता है और जहाँ कुछ मामलों में हाजिर और भावी अनुबन्धों में व्यवस्थित सौदों के लिए सुविधाएँ उपलब्ध होती हैं।

4 समुद्रतटीय बाजार – विदेशों को माल भेजने के लिए समुद्र तटों पर ये बाजार स्थित होते हैं। ये बाजार केन्द्रीय बाजारों के अतिरिक्त सीधे स्थानीय तथा जिला संग्रहण बाजारों और ससाधकों से माल प्राप्त करते हैं। इनमें गाड़ियों को खाली करने, भण्डारण, जहाजों में माल भरने की सुविधा होती है और यह वर्गीकरण और मूल्य सूचनाएँ देने की प्रासंगिक-सेवाएँ देते हैं। कुछ बड़े समुद्रतटीय शहरों का

अधिक व्यापारिक जीवन आयात निर्यात के हस्तन पर निर्भर करता है। जिसमें कृषि उपजे कुल व्यापार के एक बड़े भाग का निर्माण करती है।

5 गौण ससाधन बाजार – कुछ कृषि उपजे कच्चे माल के रूप में अथवा, रूई की तरह, विपणन के इन प्रारम्भिक स्तरों में केवल अशत ससाधित के रूप में स्थानीय और जिला बाजारों से निकलते हैं। शेष बचा हुआ अपेक्षित ससाधन केन्द्रीय बाजारों में स्थित ससाधकों द्वारा किया जाता है। इन्हें 'गौण ससाधन बाजार' कहा जाता है। उदाहरणार्थ पंजाब व हरियाणा के किसी भी गेहूँ की मण्डी में गेहूँ को आटे में परिणत करने के लिए दिल्ली की आटा मिलों को ससाधित गेहूँ भेज दिया जाता है। अतः दिल्ली गौण ससाधन बाजार कहलायेगा। केन्द्रीय बाजारों के परे ये बिन्दु जहाँ ससाधन किया जाता है, सही अर्थ में मुश्किल से ही बाजार कहे जा सकते हैं, लेकिन विपणन की रीति में यह एक कदम है जो बाजारों के हमारे वर्गीकरण के अनुरूप बैठते हैं, अतः इन्हें बाजार कहा जाता है।

6 थोक वितरण बाजार – जिस प्रकार कृषि कच्ची सामग्रियाँ संग्रहण बाजारों से निकलकर केन्द्रीय बाजार को पहुँचती हैं, उसी प्रकार तैयार माल भी वितरण के लिए केन्द्रीय बाजारों और गौण ससाधन बाजारों से विस्तृत रूप से फैले हुए अन्तिम उपभोक्ताओं तक पहुँचता है। इस वितरण जाल में बड़ी संख्या में थोक वितरण बाजार शामिल हैं। इनको प्राथमिक या केन्द्रीय, थोक बाजारों से विभेद करने के लिए 'गौण थोक बाजार' भी कहा गया है। इन्हें कभी-कभी "फुटकर कार्य करने वालों का बाजार" भी कहा जाता है।

थोक वितरण बाजार स्थानीय, जिला, केन्द्रीय या गौण ससाधन बाजारों से गाड़ी-भराव परिणामों में उपज प्राप्त करते हैं। थोक विपणन संस्थाओं के पास गोदामों, विक्रयों और सुपुर्दगी सुविधाएँ होती हैं और वे उनके द्वारा सेवित क्षेत्र में फुटकर व्यापारियों से प्राप्त आदेशों को पूरा करने के लिए उपजों के बड़े ढेरों को छोटे-छोटे परिमाणों में विभक्त करते हैं। ताजे फल और सब्जियों के लिए जो केन्द्रीय बाजारों से नहीं निकलते, थोक वितरण बाजारों को प्राथमिक बाजार भी माना जा सकता है।

इन थोक गौण बाजारों के आकार और व्याप्त क्षेत्र की दृष्टि से बहुत भिन्नता होती है यह उपज की प्रकृति पर निर्भर करता है। ताजे फल एवं सब्जियों के थोक गौण बाजार आकार में छोटे तथा कम क्षेत्र में व्याप्त होते हैं, जबकि गेहूँ, चावल, गन्ना, रुई, पटसन, जूट आदि के गौण थोक बाजार बहुत बड़े-बड़े तथा ज्यादा क्षेत्रफल में फैले होते हैं। वस्तुओं की संख्या के सम्बन्ध में भी इनमें बहुत विभिन्नता पायी जाती है। लेकिन इन सबका अनिवार्य कार्य विभिन्न अन्य बाजारों से संग्रहित ताजे और संसाधित उत्पादों का वितरण करना है।

7 फुटकर बाजार — प्रत्येक शहर, कस्बा और गाँव जिसमें फुटकर भण्डार उपभोक्ताओं को माल बेचते हैं, फुटकर बाजार होता है। पहले, इन फुटकर बाजारों में से छोटे बाजारों की थोक बाजारों द्वारा सेवा कई मायनों में उन सेवाओं से भिन्न रीति से की जाती है। जो वे बड़े शहरों में फुटकर भण्डारों को करते हैं, लेकिन प्रतिस्पर्धी वर्तमान समय में यह भेद समाप्त हो गया है और अब छोटे भण्डारों को भी उतना महत्व दिया जाता है, जितना की बड़े भण्डारों को।

कृषि विपणन— आवश्यकता

प्राचीन काल से ही भारतीय अर्थव्यवस्था में कृषि का स्थान अत्यन्त महत्वपूर्ण रहा है। मसाले, जड़ी बूटियाँ तथा कपास और इसके रेशे से बने सूती वस्त्रों के अतिरिक्त गन्ने से बनी सफेद शक्कर के निर्यात का इतिहास बहुत पुराना है। भरण-पोषण हेतु उपयोग के बाद बचे कृषि उत्पादों का व्यापार प्राचीन भारत में भी किया जाता था। पतञ्जलि के महाकाव्य तथा जातक के अतिरिक्त अनेक प्राचीन ग्रन्थों में 'कृषि-वाणिज्य' का उल्लेख मिलता है।

भारतीय कृषि में विपणन व्यवस्था का विकास वस्तु-विनिमय प्रथा के बाद मुद्रा का प्रादुर्भाव हो जाने पर तेजी के साथ हुआ और बाजार बढे। कौटिल्य के अर्थशास्त्र और चरक संहिता से लेकर वर्तमान के शोध ग्रन्थों तक में अनेक ऐसे उल्लेख मिलते हैं जिससे पता चलता है कि सदियों पूर्व भी हमारे देश में विभिन्न कृषि उत्पादों की बिक्री के लिए मंडी, हाट बाजार, मापतौल के लिए बॉट और नापने के पात्र निश्चित थे। प्रमुख कृषि उत्पादों का मूल्य राज्य द्वारा निर्धारित होता था। कृषि उत्पादों के व्यापार पर कर लगाया जाता था तथा खाद्य वस्तुओं में घट तौली या अपमिश्रण करने वालों के लिए दण्ड देने का विधान था। भारतीय गर्म मसाले, चन्दन, घी, मलमल और मिश्री जैसी चीजें विश्व विख्यात थीं तथा दूर दूर तक जाती थीं।

देश के अधिकांश हिस्से में कच्ची सड़कों के बावजूद खेतों में कृषि उत्पादों को बाजारों तक ले जाने के लिए परिवहन का प्राचीनतम माध्यम हमारे देश में बैलगाड़ी थी। अनाज के भण्डारण हेतु कोठी, कुठले और कोठारों का उपयोग होता था जिन्हें मिट्टी से बनाया जाता था, किन्तु व्यापारियों की साठगॉठ, ठगी और लूटपाट तथा असंगठित एवं अनियमित मण्डियों में कृषि उत्पादों की बिक्री करने में बहुत जोखिम बना रहता था। अतः हानि की आशंका अधिक रहती थी। कौटिल्य ने तो कर चोरी को नियन्त्रित करने के लिए ऐसा विधान बनाया था कि खेत, बाग और उत्पादन के स्थान पर कृषि उपज को बेचना प्रतिबन्धित था। अतः विवश होकर कृषकों को अपनी उपज बेचने के लिए मण्डी तक आना ही पड़ता था।

किसान अपने अतिरिक्त उत्पादन का कई प्रकार से विक्रय कर सकता है। सबसे पहला और सामान्य तरीका तो यह है कि किसान विपणन की फसल ग्राम के साहूकार या महाजन या व्यापारी को बेचता है। व्यापारी स्वयं भी कृषि उत्पादन क्रय कर सकता है या किसी बड़ी वाणिज्यिक फर्म या किसी बड़े व्यापारी का अभिकर्ता बनकर भी फसल खरीद सकता है। पंजाब में गेहूँ का 60 प्रतिशत तिलहनो का 70 प्रतिशत और रूई का 35 प्रतिशत उत्पादन ग्राम में ही बेचा जाता है।¹

भारतीय किसानों में प्रचलित विक्रय की दूसरी प्रणाली के माध्यम से किसान अपने कृषि उत्पादन को साप्ताहिक या अर्धसाप्ताहिक ग्राम बाजारों में, जिन्हें 'हाट' कहते हैं, बेच देते हैं। इसके अतिरिक्त धार्मिक उत्सवों के अवसर पर महत्वपूर्ण ग्रामों या कस्बों में मेले लगाये जाते हैं। किसान इन मेलों में कृषि उत्पादन एवं पशु लाते हैं और उन्हें वहाँ बेचते हैं। कृषि विपणन की तीसरी प्रणाली में छोटे तथा बड़े कस्बों में, मण्डियों में क्रय विक्रय किया जाता है। मण्डियाँ उत्पादन-केन्द्रों से कई मील दूर स्थित हो सकती हैं और परिणामतः किसानों को अपनी उपज मण्डी तक ले जाने के लिए विशेष प्रयास करना पड़ता है।

भारतीय कृषक अपना खून पसीना बहाकर फसल उगाते हैं और फसल के तैयार होने पर गरीबी एवं अज्ञानता के कारण कुछ किसान खेत, खलिहान या घर पर ही महाजन, साहूकार आदि को बेच देते हैं। कुछ किसान यदि कृषि उपज लेकर मण्डी तक पहुँचते हैं तो वहाँ दलालों और कच्चे एवं पक्के आढतियों के चंगुल में फसकर लुटपिट जाने के बाद घर पहुँचते हैं। कृषि में सलग्न कृषकों को उनकी मेहनत का उचित प्रतिफल नहीं मिलता है। इसका कारण है कि उनकी उपज के दाम को जानबूझकर कम कर देते हैं एवं उसमें से अनावश्यक कटौती जैसे— करदा, प्याऊ, धर्मादा, गौशाला आदि, करते हैं। पुरानी मण्डियों में व्यापारी साठगोठ करके उपज की नीलामी करते हैं। और मनमाने दामों पर कृषि

¹ सुन्दरम्, के०पी०एम०, एवम् दत्त, रूद्र—*भारतीय अर्थव्यवस्था*—एस चन्द्र एण्ड कम्पनी लि० नई दिल्ली—पृष्ठ—392

उपज खरीद लेते हैं। उनकी चालबाजी अशिक्षित एवं अज्ञान किसानों के समझ में नहीं आती। इसी कारण सदियों से भारतीय किसान कर्ज, गरीबी और महाजनो के

चंगुल में फँसे हैं। कृषि उत्पादन के विक्रय में अधिकतम लाभ प्राप्त करने के लिए किसानों को कुछ मूलभूत सुविधाओं की उपजब्धि आवश्यक है जो निम्न लिखित हैं—

- उनके पास अपनी वस्तुओं को रखने के लिए गोदामों की उचित व्यवस्था होनी चाहिए।
- कृषक के पास सस्ती परिवहन सुविधा होनी चाहिए ताकि वह फसल को ग्राम में ही साहूकार या महाजन व्यापारी को न बेचकर मण्डी में ले जा सके।
- कृषक में फसल न बेचने की क्षमता होनी चाहिए जबकि वह समय की प्रतीक्षा कर सके जबकि वह अपने स्टॉक को अच्छे मूल्य पर बेच सके। यदि कृषक फसल कटने के बाद जल्दी अपनी उपज बेचेगा तो उसे कम कीमत प्राप्त होगी।
- कृषक को बाजार में विद्यमान परिस्थितियों तथा प्रचलित मूल्यों के बारे में पूर्ण सूचना होनी चाहिए, नहीं तो उसे धोखा हो सकता है। व्यवस्थित और विनियमित मण्डियों का विकास होना चाहिए जहाँ किसान को दलाल और आढ़तिया लूट न सके।
- बिचौलियों की संख्या इतनी कम से कम होनी चाहिए, जिससे किसानों को उनकी फसल को बेचने में अनावश्यक दलाल एवं बिचौलियों के पास न जाना पड़े। इससे किसानों को उनकी फसल का उचित मूल्य मिल सकेगा।

सरकार कृषि-विपणन की परिस्थितियों को उन्नत करने के बारे में जागरूक है और उसने उन्हें सुधारने के लिए कई उपाय किये हैं। अखिल भारतीय भण्डारण निगम की स्थापना की गयी है जिसका उद्देश्य कस्बों तथा मण्डियों में गोदाम कायम करना एवं उनका प्रबन्ध करना है। ग्रामों में गोदामों की संख्या बढ़ाने के लिए सहकारी समितियों को अनिवार्य वित्तीय एवं तकनीकी सहायता दी जा रही है। किसानों की वित्तीय स्थिति उन्नत करने के लिए और इन्हें महाजनो के चंगुल

मे मुक्त कराने के लिए सहकारी साख समितियाँ कृषि विपणन सहकारी समितियों के साथ मिलकर ऋण की व्यवस्था कर रही है।

कृषि विपणन व्यवस्था को कृषको के हित में वृद्धि करने के ही उद्देश्य से आजादी के पूर्व सन् 1935 में कृषि विपणन सलाहकार का कार्यालय खोला गया था। स्वतन्त्रता प्राप्ति के पश्चात् उस संगठन का विस्तार व्यापक रूप से हुआ तथा कालान्तर में इसका नाम बदलकर 'विपणन एवं निरीक्षण निदेशालय' कर दिया गया जो अब भारत सरकार के कृषि कीमतों के निर्धारण में कृषि कीमत आयोग' को उचित परामर्श देने का काम 'विपणन एवं निरीक्षण निदेशालय' फरीदाबाद (हरियाणा) में है तथा प्रधान शाखा कार्यालय नागपुर में है। यह निदेशालय कृषि, बागवानी, पशुधन, डेयरी तथा वनोत्पादों के लिए उपयुक्त गुणवत्ता की वस्तुएं एवं श्रेणी के आधार पर 151 कृषि वस्तुओं पर मानकों का निर्धारण करता है। जिसे 'कृषि चिन्ह' या 'एगमार्क' कहा जाता है।

विपणन निदेशालय की प्रमुख गतिविधियाँ इस प्रकार हैं —

- ▶ कृषि उत्पादों का श्रेणीकरण एवं कोटि नियन्त्रण।
- ▶ कृषि मण्डियों का विनियमन, विकास, अनुसंधान, सर्वेक्षण एवं आयोजन।
- ▶ शीतागार एवं मासोत्पाद आदेश लागू करना।
- ▶ कार्मिक प्रशिक्षण तथा कृषि विपणन विस्तार एवं प्रचार प्रकाशन।
- ▶ विभिन्न राज्यों के मण्डी नियमन में मार्गदर्शन व परामर्श।
- ▶ कृषि मण्डियों के विकास हेतु राज्यों को केन्द्रीय सहायता।
- ▶ कृषि में व्यापारियों का एकाधिकार तथा बिचौलियों की भूमिका समाप्त करना।
- ▶ 'एगमार्क' प्रयोगशालाओं का संचालन।
- ▶ कृषि-निर्यात कोटि नियन्त्रण।
- ▶ मण्डियों का नियोजन व डिजाइन।

मण्डियों में कृषि उत्पादों के क्रय विक्रय से सम्बन्धित समूची कार्य प्रणाली को अब नियमबद्ध किया गया है। इसी को मण्डी विनियमन कहते हैं। इसके

अन्तर्गत कृषि उपज को छानने, साफ करने एवं उसका वर्गीकरण करने के बाद विक्रेता (कृषक) की पूर्ण सहमति से नीलामी प्रक्रिया द्वारा सौदा तय कराया जाता है। कृषि उपज की सही-सही माप-तौल मीट्रिक प्रणाली से होती है तथा कृषि के कुल मूल्य का नकद भुगतान कृषको को तुरन्त कराया जाता है। अब सभी परम्परागत कटौतियों को अवैधानिक घोषित किया गया है। यह व्यवस्था उन सभी मण्डी क्षेत्रों में है जहाँ स्थानीय रूप से मण्डी समितियों का गठन किया गया है। कृषि विपणन में इन मण्डी समितियों के गठन का उद्देश्य निम्नलिखित है—

- किसानों एवं व्यापारियों में संघर्ष की भावना समाप्त करना एवं उनमें न्यायपूर्ण एवं सौहार्दपूर्ण व्यवहार विकसित करना।
- नीलामी द्वारा कृषि उपज की बिक्री।
- कृषि उपज का सही माप-तौल और कृषि मूल्य का तुरन्त पूरा भुगतान।
- कृषि उत्पादन के बाजार भावों एवं अन्य जरूरी सूचनाओं का संग्रह तथा प्रचार।
- मण्डियों में कृषि उत्पाद, कृषक एवं अन्य सम्बन्धित पक्ष हेतु आवश्यक सुविधाएँ।
- विवादास्पद मामलों में मध्यस्थता।

मण्डी समितियों के संचालन, नियन्त्रण तथा मार्गदर्शन हेतु 1972-73 से राज्यों में मण्डी परिषदों का गठन किया गया। इन परिषदों ने कृषकों के हित में खलिहान दुर्घटना बीमा योजना, समूह जनता व्यक्तिगत दुर्घटना बीमा योजना, भण्डारण पात्रों पर अनुदान, ग्रामीण गोदाम निर्माण, सड़क एवं पुलिया निर्माण, ग्राम विकास योजना, पेयजल हेतु हैण्डपम्प लगाने तथा खाण्डरारी इकाइयों हेतु एकमुश्त योजना आदि की शुरुआत की।

मण्डियों का नियमन राज्य सरकारों का विषय है लेकिन निरीक्षण एवं विपणन निदेशालय इसमें मार्गदर्शन एवं सलाह देने का काम करता है। आजकल मण्डी विकास की दिशा में जो भी स्थल निर्माण आदि के कार्य हुए हैं उनमें तेजी

लाने का कार्य मुख्य रूप से इसी निदेशालय द्वारा किया गया है। इससे कृषको को कृषि उत्पादन के विपणन कार्य में बहुत राहत मिली है।

अब आढतियों के रहमो-करम पर किसानों के कृषि उत्पाद की बिक्री का समय इतिहास हो चुका है। परिणामस्वरूप अब किसानों को उनके खून पसीने की मेहनत से उत्पादित फसल के अच्छे दाम मिलने लगे हैं। देश भर में अब तो प्रायः हर नगर में ऐसे नवीन मण्डी स्थलों का निर्माण हो चुका है जहाँ किसानों की सुविधा के लिए डाकघर, बैंक, पुलिस चौकी, शीतल छाया, भोजन, शीतल पेय जल, ठहरने की जगह, सुलभ परिवहन-सुविधा और माल के सुरक्षित भण्डार के लिए आवश्यक गोदाम तथा टीनशेड आदि की व्यवस्था उपजब्ध रहती है। कृषि उत्पादन मण्डी समिति के कर्मचारी इस पूरी व्यवस्था का संचालन सुनिश्चित करते हैं। इस प्रकार कृषको के कृषि-उत्पाद को खरीदने एवं बेचने में शोषण की सम्भावनाएं नगण्य हो जाती हैं।

भारत में कृषि उत्पादों का विपणन मॉग एवं पूर्ति द्वारा प्रभावित होता है। इस बाजार तन्त्र का केन्द्र बिन्दु वास्तव में निजी क्षेत्र का खुला व्यापार है। सरकार का इसमें इतना ही योगदान रहता है कि वह उत्पादक एवं उपभोक्ता दोनों के हितों का संरक्षण करे और इसीलिए कृषि विपणन के संगठित स्वरूप को प्रोत्साहित किया जाता है। विभिन्न राज्य सरकारों ने इसके लिए नियम एवं अधिनियम बना रखे हैं ताकि कुछ मण्डियों को विनियमित किया जा सके। केन्द्र सरकार ग्रामीण गोदाम, मण्डी विकास का बुनियादी ढाँचा विकसित करने के लिए सहायता प्रदान करती है। देश में विनियमित मण्डियों एवं शीतागारों की स्थापना पर विशेष जोर दिया जा रहा है क्योंकि कृषि उत्पादन के बढ़ने के साथ-साथ सहकारी क्षेत्र का व्यापक रूप से विस्तार हो रहा है।

मण्डी तथा बाजार मुख्य रूप से कृषि विपणन के आधार होते हैं, क्योंकि वहाँ पर किसान अपनी उपज को व्यापारी अथवा उपभोक्ताओं को बेचकर मूल्य का भुगतान प्राप्त करते हैं। इस लेन देन में कृषक अधिकतम मूल्य प्राप्त करना चाहता है और क्रेता न्यूनतम मूल्य देना चाहता है। इसी में न्यायपूर्ण सन्तुलन

और उचित सामजस्य बनाने के लिए मण्डी नियमन की जरूरत पड़ती है और नियमों का प्रावधान किया जाता है। विपणन के लिए निर्धारित स्थान का भी अपना अलग महत्व होता है। सभी कृषक अपनी-अपनी कृषि उपज एक निर्धारित जगह पर निर्धारित समय पर एकत्र करते हैं और उपज बेचते हैं। ऐसी स्थिति में उनके ठगे जाने अथवा शोषण की सम्भावना बहुत कम हो जाती है, क्योंकि उन्हें सम्पूर्ण बाजार का ज्ञान हो जाता है कि अन्य कृषक अपनी उपज किस भाव से बेच रहे हैं। यही सजगता कृषि विपणन में कृषकों की सक्रिय भागीदारी सुनिश्चित करती है, परिणामस्वरूप अर्थव्यवस्था में कृषि की भागीदारी बढ़ती है।

योजना आयोग के राष्ट्रीय सूचना विज्ञान केन्द्र के माध्यम से किसानों को मण्डियों के भाव के बारे में जानकारी मिलती है। राष्ट्रीय सूचना विज्ञान केन्द्र की शाखा द्वारा प्रतिदिन हर जिले में स्थित अपने जिले की मण्डी में बैठे-बैठे यह जानकारी दी जाती है कि किस जिले में अनाज का क्या भण्डार है, उसकी कितनी आमद है और उसके क्या भाव हैं? इस जानकारी के आधार पर कृषक अपनी फसल, कब कहाँ और किस भाव से बेचे, इसका फैसला आसानी से कर लेते हैं। सूचना हेतु कम्प्यूटरों के हर जिले में फैले जाल से उपजब्ध इस सूचना का प्रत्यक्ष लाभ होता है कि किसान को उसकी फसल का ठीक-ठीक दाम पता चल जाता है साथ ही साथ कमी वाले क्षेत्रों में अनाज व अन्य कृषि उत्पाद अब आसानी से उपजब्ध हो जाते हैं, यह सचार क्रांति का परिणाम है।

कृषि उत्पादन क्षेत्र भारतीय अर्थव्यवस्था का सर्वाधिक महत्वपूर्ण घटक है। कृषि क्षेत्र में पर्याप्त प्रगति होने के ही कारण खाद्यान्नों का उत्पादन वर्ष 2000-2001 में 195.9 मिलियन टन तथा फल एवं सब्जियों का उत्पादन 137 मिलियन टन हो गया है।¹ अन्य महत्वपूर्ण फसलों जैसे कपास, गन्ना, चाय आदि का रिकार्ड उत्पादन किया गया है। कृषि उत्पादन में उत्तरोत्तर वृद्धि के कारण अत्यधिक विपणन अधिशेष के लिए बाजार की तलाश जैसी नई चुनौती उत्पन्न हो

¹ आर्थिक सर्वेक्षण, 2001-02, पृष्ठ 188।

गयी है। नयी उदारवादी व्यापार के दौर में अब कृषि उत्पाद अर्थव्यवस्था के सभी क्षेत्रों पर उचित एवं कारगर विपणन की सख्त आवश्यकता महसूस की जा रही है।

सरकार ने भावी चुनौतियों का सामना करने के लिए विनियमित मण्डियों के जाल के माध्यम से देश में कृषि वस्तुओं के संगठित विपणन को प्रोत्साहित किया है। अधिकांश राज्य सरकारों और संघ राज्य क्षेत्रों ने कृषि उत्पाद मण्डियों के विकास के लिए कानून बनाये हैं। वर्ष 2001-2002 तक 7177 मण्डियाँ विनियम के अन्तर्गत ला दी गयी हैं। देश में 27,294 ग्रामीण आवधिक मण्डिया भी हैं जिनमें से लगभग 15 प्रतिशत विनियम के क्षेत्र के अन्तर्गत कार्य करती हैं।¹ विनियमित मण्डियों के संस्थापन ने सक्षम कृषि विपणन के निर्माण में प्रेरक आवश्यकता आधारित सुविधाओं और सेवाओं को प्रदान करने में महत्वपूर्ण सफलता पायी है।

कृषि क्षेत्र के संतुलित विकास के लिए सक्षम कृषि विपणन की आवश्यकता है। बदलते उत्पादन, नवीनतम प्रौद्योगिकी के प्रसार, बदलते सामाजिक-आर्थिक परिवेश, वितरण श्रृंखला के आकार और किसानों तथा अंतिम उपभोक्ता के बीच मार्जिन को कम करने की बढ़ती मांग, विश्व व्यापार संगठन द्वारा निर्धारित अवधि के बाद उदारीकरण एवं खगोलीकरण के परिणामस्वरूप उभरती चुनौतियों का सामना करने के लिए लचीले, गतिशील एवं समावेशी विपणन ढाँचे का होना आवश्यक है।

प्रत्यक्ष विपणन द्वारा कृषकों को अपने कृषि उत्पाद का श्रेणीकरण खेत पर करवाने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है। इस प्रकार वे अपने कृषि उत्पाद की बिक्री के लिए खेत से विनियमित मण्डी तक ले जाने के दुलाई खर्च से बच जाते हैं। प्रत्यक्ष विपणन में किसान और क्रेता का परिवहन पर बहुत कम खर्च होता है जिससे कृषि उत्पाद की अच्छी कीमत वसूल हो जाती है।

इस प्रकार यह स्पष्ट है कि कृषकों के लिए उसकी उपज की आसान बिक्री एवं उपज का उचित मूल्य उपजद्ध करने के लिए एवं उनकी आर्थिक उन्नति

योजना, ग्रामीण विकास मन्त्रालय, अक्टूबर, 2002, पृष्ठ-39

उपभोक्ताओं को सस्ती, अच्छी एवं आसान उपजब्धता के लिए, सरकार एवं राष्ट्र के लिए राष्ट्रीय आय में वृद्धि, बढ़ती जनसंख्या की खाद्यान्न सम्बन्धी आवश्यकता की पूर्ति, समान वितरण एवं आर्थिक विकास के लिए उचित एवं सुदृढ कृषि विपणन व्यवस्था की अत्यन्त आवश्यकता है।

कृषि विपणन का महत्व

वस्तु विनिमय तथा उसके पश्चात् भी बहुत लम्बे समय तक कृषि विपणन का महत्व लगभग नहीं के बराबर था। लेकिन मुद्रा के विकास व विशिष्टीकरण के युग के साथ किसान को अपनी खाद्यान्न सम्बन्धी आवश्यकता होती है। इसलिए किसान को अपनी आधिक्य उपज को बेचना पड़ता है। इसके साथ ही, अब किसान केवल खाद्यान्न ही नहीं उत्पन्न करते, बल्कि व्यापारिक फसले, जैसे कपास, गन्ना, तिलहन, जूट आदि भी पैदा करते हैं। इन फसलों का किसान को विक्रय करना ही पड़ता है। कृषि उद्योग में बढ़ाते हुए 'वाणिज्यीकरण' के साथ विपणन का न केवल महत्व ही बढ़ा है, बल्कि कृषि उपजों के विक्रय की समस्या भी जटिल हो गयी है। वर्तमान में सम्पूर्ण ज्ञान की आवश्यकता जिसमें निम्नलिखित शामिल है स्वयं वस्तु की पूरी जानकारी, उसकी भौतिक विशेषताएँ, उत्पादन की रीतियाँ, विक्रय और वे किस्में जो उपभोक्ताओं के विभिन्न वर्गों को इसकी उपयोगिता देते हैं। इसके साथ ही कृषि विपणन में उस सम्पूर्ण आर्थिक नीति की भी जानकारी अन्तर्निहित है, जिसमें वस्तु का उत्पादन, क्रय और विक्रय होता है। इसलिए, यह स्पष्ट है कि वस्तु के विपणन में वास्तव में, विशेषज्ञ होने के लिए एक व्यक्ति कुछ उत्पादन विशेषज्ञ, मूल्य विश्लेषक, सामान्य अर्थशास्त्री, व्यापारी, यातायात प्रबन्धक, विज्ञापन एजेंट और मनोवैज्ञानिक होना चाहिए।

भारतीय कृषि जीवन-यापन का एक साधन है। भारतीय किसान इसे व्यवसाय के रूप में नहीं लेते। उनके पास उदर पूर्ति का कोई साधन न होने के कारण वे कृषि को अपनाते हैं। वह अपनी उपज का उचित मूल्य प्राप्त करने के लिए प्रायः चिन्तित रहता है। वह उपभोग वस्तुएँ महँगी खरीदता है और अपनी उपज सस्ती बेचता है। यदि किसान को अपनी उपज का उचित मूल्य प्राप्त हो जाय तो वह अधिक उत्पादन के लिए प्रोत्साहित होता है। लेकिन भारत में कृषि विपणन की दशा बहुत शोचनीय है। अधिकांश कृषक अपनी उपज व्यक्तिगत स्तर पर बेचते हैं जो व्यापारियों के माध्यम से बेची जाती है। ये व्यापारी या मध्यस्थ

किसान की कमजोरी का फायदा उठाकर उनका शोषण करते हैं। इनके द्वारा किसान की उपज को कम से कम मूल्य पर खरीदकर उसे उपभोक्ताओं को ऊँचे मूल्यों पर बेचकर लाभ प्राप्त करते हैं। परिणामस्वरूप न केवल किसान अपनी उपज का उचित प्रतिफल पाने से वंचित रह जाता है, अपितु उपभोक्ता भी ऊँची कीमत अदा करने के कारण हानि उठाता है।

भारत में कृषक वर्ग संगठित नहीं है। यह व्यापारिक वर्ग {मध्यस्थ} का सामना करने में असमर्थ है। सदियों की दासता व ऋणग्रस्तता के कारण उसे अपनी उपज महाजन को ही बेचनी पड़ती है। यहाँ तक की ब्याज व मूलधन का भुगतान करने के लिए उसे फसल काटते ही बेचनी पड़ती है। वह फसल का उचित मूल्य प्राप्त करने के लिए इन्तजार नहीं कर सकता।

भारतीय कृषि विपणन व्यवस्था की कठिनाइयों की ओर ध्यान आकृष्ट करते हुए “शाही कृषि आयोग” ने कहा है कि, “ये दोष चोरी से कम नहीं हैं। यद्यपि न दोषों के दूर करने के लिए नियमित बाजार अधिनियम कार्यशील है। लेकिन नियमित बाजारों में किये गये वैधानिक उपायों को सहायता देने एवं मण्डियों में स्वस्थ क्रय विक्रय की प्रथाओं के प्रचलन हेतु अतिरिक्त कदम उठाने के लिए सहकारी क्रय विक्रय समितियों की अब भी आवश्यकता है।” ग्रामीण साख सर्वेक्षण समिति ने अपनी रिपोर्ट में कहा है कि, “यद्यपि अधिकांश नियमित बाजारों में जिनकी संख्या सापेक्षिक रूप से कम ही है, विपणन स्तर में सुधार हुआ है तथापि उनमें कई दोष अब भी विद्यमान हैं। मण्डियों में आज भी हमें नापतौल में गड़बड़ियाँ, कृषि उपज के मूल्य में से धार्मिक एवं दान कार्यों के लिए कटौतियाँ (जिनका कि कृषक के लिए कोई उपयोग नहीं होता), थोक विक्रेताओं द्वारा अधिक मात्रा में नमूना लेना, दलाल व क्रेताओं के बीच गठबन्धन होना आदि अनेक बुराईयाँ देखने को मिलती हैं। इसके अतिरिक्त कभी कभी व्यापारी गाँवों में जाकर कृषकों की खड़ी फसल अथवा तैयार फसल को बहुत सस्ते दामों पर क्रय कर लेता है।”¹

¹ गुप्ता, बी०पी०, सहकारिता के सिद्धान्त एवं व्यवहार रमेश बुक डिपो, जयपुर, पृ० 200।

विपणन अतिरेक में वृद्धि होते रहने से अनेक उपभोक्ता वस्तुओं की माँग में भी वृद्धि होने लगती है जिससे औद्योगिक उत्पादन को बढ़ावा मिलने लगता है। कृषि विकास व उत्पादन में वृद्धि से कृषकों में सम्पन्नता आती है और औद्योगिक विकास तथा उत्पादन में वृद्धि होने से औद्योगिक श्रमिकों में सम्पन्नता। इस प्रकार दोनों क्षेत्रों में आर्थिक विकास की प्रक्रिया सुविधाजनक रूप से चल रही है। कृषि उत्पादनों या वस्तुओं का निर्यात तभी सम्भव हो सकता है जब कृषि उत्पादन में वृद्धि करके विपणन अतिरेक की मात्रा बढ़ा ली जाती है, दूसरी ओर आवश्यकता पड़ने पर वस्तुओं जैसे—उर्वरक, कीटनाशी दवाएँ, यन्त्र, तकनीकी का आयात तभी सम्भव हो पाता है जब हम कृषि उत्पादनों का निर्यात करते हैं।

स्पष्ट है कि विक्रय अतिरेक की मात्रा में आवश्यक वृद्धि किये बिना आर्थिक विकास में गतिरोध उत्पन्न होता है। चूँकि हमारे देश में विक्रय अतिरेक की मात्रा बहुत कम है अतएव आर्थिक विकास में अनेक गतिरोध हैं। इसी कारण हमारा देश विदेशी आर्थिक सहायता की वैशाखी लगाकर चलने को विवश है और आत्म निर्भरता का लक्ष्य अधूरा रह जाता है।

वर्तमान काल में खाद्यान्न या अन्य कृषि उत्पादनों में विपणन अतिरेक का कोई विश्वसनीय एवं प्रमाणिक मापदण्ड नहीं है। सर्वप्रथम राष्ट्रीय कृषि मूल्य आयोग के पूर्व अध्यक्ष डा० धर्मनारायण ने कार्यकारी जोतो के आकार के अनुसार कृषि उत्पादनों के पष्ठागत अतिरेक ज्ञात किया। उनके अनुसार—

1. उत्पादकों ने समस्त कृषि उत्पादन का 33.4 प्रतिशत भाग विक्रय के लिए मण्डी में भेजा।
2. 4 से 6 हेक्टेयर के जोत वाले वर्ग तक उपज के मूल्य के अनुपात के रूप में पष्ठागत अतिरेक कम होता गया परन्तु आगे चलकर उसमें उत्तरोत्तर वृद्धि हुई।
3. केवल 4 हेक्टेयर तक की जोतो वाले कृषकों की उपज से ही 46.5 प्रतिशत पष्ठागत अतिरेक उपजब्ध हुआ।

कृषि विपणन व्यवस्था के सुदृढ होने से कृषको को एव देश की अर्थव्यवस्था को बहुत से लाभ प्राप्त होते हैं, जो कि निम्न प्रकार से हैं –

1 कृषि उत्पादन में वृद्धि – उचित कृषि विपणन व्यवस्था से किसान को सरल, उचित एव सुगम बाजार मिलती है। सुगम एव उचित बाजार व्यवस्था के अन्तर्गत कृषक को उसकी उपज बेचने के लिए कम से कम परेशानी व न्यूनतम व्यय होता है। इस बाजार व्यवस्था के अन्तर्गत मध्यस्थों की अनावश्यक कड़ी नहीं होती है। फलस्वरूप कृषि उपज के विपणन से होने वाले अधिकांश लाभ कृषक को ही प्राप्त होते हैं। इस प्रकार कृषक जब अपनी उपज पर अच्छा लाभ प्राप्त करता है तो वह अधिकाधिक लाभ पाने के लिए प्रेरित होता है। वह पूरी लगन एव मेहनत के साथ कृषि कार्य करके अधिक से अधिक उपज का उत्पादन करता है। अतः इस अधिक उपज को उचित बाजार व्यवस्था के माध्यम से बेचता है तो पुनः अच्छा लाभ प्राप्त करता है। इस तरह कृषक निरन्तर लगन एव मन से खेती करता रहता है। परिणामस्वरूप अच्छा लाभ पाने से कृषक के रहन सहन एव आर्थिक स्थिति में सुधार होता है। देश की तेजी से बढ़ती हुई जनसंख्या के खाद्यान्न सम्बन्धी समस्या को हम सुलझा कर आज अन्न के उत्पादन में आत्म निर्भर हो गये हैं।

अच्छी विपणन व्यवस्था से प्रोत्साहित होकर कृषि उत्पादन में उत्तरोत्तर वृद्धि हो रही है। 1950-51 से 1999-2000 की अवधि के दौरान कृषि उत्पादन 248 प्रतिशत चक्रवृद्धि दर से बढ़ा। यह दर हरित क्रान्ति की अवधि में 2 प्रतिशत थी। हरित क्रान्ति के बाद यह वृद्धि दर 252 प्रतिशत हो गयी और उदारीकरण के बाद यह वृद्धि 334 प्रतिशत की दर से हुई। मुख्य फसलों की चक्रवृद्धि दर के आधार पर वृद्धि 1980-81 के आधार वर्ष के आधार पर निम्नलिखित तालिका द्वारा स्पष्ट है।

तालिका सख्या 13

फसले	1949-50 से 1964-65	1967-68 से 1980-81	1981-82 से 1989-90	1991-92 से 2000-2001
चावल	3 50	2 8	3 55	1 74
गेहूँ	3 98	4 41	3 57	3 27
मोटे अनाज	2 25	5 11	0 40	0 54
सभी अनाज	3 21	2 79	3 03	1 86
दाल	1 41	0 85	1 52	0 04
गन्ना	4 26	3 21	2 70	2 70
तिलहन	3 20	3 45	5 20	1 62
कपास	4 55	2 72	2 80	1 37
पटसन तथा मेस्ता	4 31	1 75	0 16	1 90
गैर खाद्यान्न	3 74	3 28	3 77	2 41

(स्रोत- कृषि मन्त्रालय, भारत सरकार, कृषि सांख्यिकी एक नजर में, 2001)

2 कृषि विपणन आधिक्य में वृद्धि - अच्छी विपणन प्रणाली के माध्यम से कृषि उत्पादन में केवल बढ़ोत्तरी नहीं होती है, अपितु बाजार में बेची जाने वाली फसल की मात्रा में भी वृद्धि होती है। बाजार में अधिक उपज आने से बाजार का विस्तार होता है, इससे बाजार में कृषि उपज की कुल बिक्री में वृद्धि होती है। अतः इस वृद्धि के फलस्वरूप उत्पादन के लिए नयी-नयी फसल की प्रजातियों जो कम समय एवं लागत में तैयारी होती है, बाजार में उपजब्ध होने लगती है।

विपणन आधिक्य में वृद्धि होने से अनेक स्थानीय स्तर पर नयी-नयी विपणन इकाइयाँ स्थापित हो जाती हैं। इस प्रकार किसानों को अपनी उपज को स्थानीय स्तर पर बेचने को मिल जाती है, साथ ही साथ बाजार के भाव के दिन-प्रतिदिन अवगत होते रहते हैं।

3 उत्पादन प्रक्रिया को पूरा करने के लिए अनिवार्य - उत्पादन प्रक्रिया को पूरा करने के लिए विपणन अनिवार्य है, यह बात कृषि उपजों पर आधारित अधिकांश उद्योगों के विषय में अधिक सत्य है। कृषि उपजों की प्रकृति ऐसी है कि उसके लिए विशेष विपणन व्यवस्था की आवश्यकता होती है। इसमें सबसे पहली है कि

कृषि उपजें बहुत विस्तृत भौगोलिक क्षेत्र में फैली होती हैं, अतः उनका संग्रहण एक विशेष समस्या प्रस्तुत करता है। द्वितीय, विभिन्न क्षेत्रों की उपजों की किस्म भिन्न-भिन्न होती है और किस्म के अनुसार उनका वर्गीकरण करना आवश्यक होता है। साथ ही साथ विभिन्न क्षेत्र के उपभोक्ता विभिन्न उत्पाद करना पसन्द करते हैं अतः उनकी इस आवश्यकता की पूर्ति हेतु विपणन आवश्यक है। तृतीय, कृषि उपजों के लिए, उनके मूल्य की तुलना में, अधिक स्थान की आवश्यकता होती है। इसके कारण परिवहन तथा गोदाम की समस्या सामने आती है। चतुर्थ, कुछ कृषि उपजें शीघ्र नाशवान होती हैं अतः उन्हें शीघ्र विक्रय के लिए बाजार में भेजना आवश्यक होता है। पंचम, कृषि उपजों का उत्पादन मौसमी होता है, परन्तु उनकी माँग वर्ष भर रहती है, इसलिए वर्ष भर की माँग की पूर्ति हेतु इनका भण्डारण बनाये रखना आवश्यक होता है।

4 खाद्य पदार्थों की माँग की पूर्ति सतुलित ढंग से —हमारे देश की भौगोलिक रचना सब जगह एक नहीं है। कुछ स्थान पर तापमान ज्यादा एवं कुछ जगह कम रहता है। कहीं मौसम की बरसात अधिक होती है एवं कहीं कम। विभिन्न क्षेत्रों की मिट्टी की उत्पादकता के आधार पर फसलें सब जगह समान रूप से पैदा नहीं हो पाती हैं। कहीं पर फसल ज्यादा होती है कहीं पर कम। जैसे - के लिए पंजाब, हरियाणा, उत्तर प्रदेश में अन्य राज्यों की तुलना में गेहूँ की पैदावार अधिक होती है। जबकि असम, मेघालय, कर्नाटक एवं केरल में लैटराइट मिट्टी पायी जाती है यह भूमि कृषि के लिए अधिक उपयुक्त नहीं है। इन जगहों पर चाय, कहवा एवं रबड़ का उत्पादन होता है।

अतः खाद्यान्न की जरूरतों को पूरा करने के लिए विपणन ही एक ऐसा मार्ग है जो खाद्यान्न की पूर्ति को अधिक उत्पादन करने वाले राज्य से कम उत्पादन करने वाले राज्य को उपजब्ध कराता है। मौसम, जलवायु एवं मिट्टी के ही कारण कुछ फसलें सब जगह नहीं पैदा हो पाती हैं, परन्तु विपणन व्यवस्था द्वारा उन स्थानों पर भी अन्य स्थानों से जरूरत के खाद्यान्न की पूर्ति की जाती है। यदि

विपणन व्यवस्था न होती तो शायद ऐसा सम्भव नहीं था और वे ऐसी खाद्या नहीं पाते जो उस स्थान पर पैदा होती ।

5 विपणन लागत में कमी — भारत जैसी विकासशील देश जहाँ की अधिकांश जनसंख्या अभी भूख मुक्त नहीं हो पायी है। अधिकांश व्यक्ति जो भूखे रहते हैं उसके पीछे यही कारण होता है कि खाद्यान्न सामग्री का दाम उनकी पहुँच से बाहर होते हैं। ऐसी इसलिए होता है कि मध्यस्थों की अधिकता होती है। यह कड़ी उत्पादक एवं उपभोक्ता को जोड़ने का काम करती है एवं बहुत अधिक फायदा लेकर उपभोक्ता को वस्तु प्रदान करते हैं। इससे निर्मित कृषि पदार्थों के दाम आसमान छूने लगते हैं एवं आम आदमी के पहुँच से बाहर हो जाते हैं।

सुदृढ़ कृषि विपणन व्यवस्था के अन्तर्गत उत्पादन जो कृषक होता है एवं उपभोक्ता के बीच अनावश्यक मध्यस्थ एवं दलाल नहीं होते हैं। बाजार—विस्तार होने से उपभोक्ता भी जागरूक हो जाता है। अतः उपभोक्ता को कम दाम पर वस्तुएँ मिलती हैं, क्योंकि विपणन लागत में कमी आ जाती है।

6 माँग के अनुरूप कृषि वस्तुओं की प्राप्ति—सुदृढ़ बाजार व्यवस्था से उपभोक्ता एवं बाजार अनावश्यक मध्यस्थों से बचा रहता है। इस तरह उपभोक्ता को वस्तुएँ शुद्ध एवं बिना मिलावट के मिलती हैं। अतः उपभोक्ता वस्तु की गुणवत्ता एवं मात्रा से भी सन्तुष्ट होता है। परिणाम स्वरूप बाजार का विस्तार होता है, निर्यात बढ़ता है, इस प्रकार मुद्रा स्फीति में अनावश्यक वृद्धि नहीं हो पाती है। अतः कृषक को उसकी उपज का अच्छा दाम मिलता है एवं उपभोक्ता दोनों की नजर में कृषि वस्तु का महत्व बढ़ जाता है। इससे अर्थव्यवस्था के आर्थिक विकास में गति मिलती है।

7 ग्रामीण अर्थव्यवस्था के लिए कृषि विपणन आवश्यक—भारतीय अर्थव्यवस्था कृषि तथा कृषक पर बहुत कुछ निर्भर होती है। किसान को समृद्धि तथा जीवन स्तर कृषि से प्राप्त आय पर निर्भर करती है। यदि किसान अपने विपणन योग्य आधिक्य को अच्छी कीमत पर बेच सकता है तो न केवल उसकी आर्थिक स्थिति सुधरेगी बल्कि सकारात्मक प्रभाव ग्रामीण व्यवस्था पर पड़ेगा। अधिकाधिक कुटीर और

ग्रामीण उद्योगों का विकास होगा। कृषकों की क्रय शक्ति बढ़ने से उपयोग बढ़ेगा, जिससे विभिन्न उद्योगों का विकास होगा।

8 कच्चे माल की पूर्ति सुनिश्चित करना—कृषि पर आधारित उद्योगों, जैसे—चीनी, जूट, वस्त्र आदि के लिए कच्चे माल की पूर्ति कृषि से ही होती है। यह पूर्ति कृषि से प्राप्त विपणन आज विपणन आधिक्य पर निर्भर करता है। अधिकांश कच्चे माल का उत्पादन कुछ विशेष मौसम में ही होता है। सभी उद्योग अपनी वर्ष भर की आवश्यकता का सभी कच्चा माल एक साथ खरीदने में सक्षम नहीं होते। अतः वे वर्ष भर अपनी आवश्यकतानुसार कच्चा माल खरीदते रहते हैं। अतः कच्चे माल की निर्वाधपूर्ण सुदृढ़ विपणन व्यवस्था पर निर्भर रहती है।

9 कृषकों की क्रय शक्ति में वृद्धि करना—किसानों के सम्बन्ध में जैसा कि कहा जाता है भारतीय किसान ऋण में जन्म लेता है, ऋण में जीता है, ऋण में मरता है एवं उस ऋण को उसके उत्तराधिकारी को भरना पड़ता है। इसके पीछे कारण है कि उसकी क्रय शक्ति कमजोर है। कृषक को उसकी उपज का उचित मूल्य नहीं मिल पाता क्योंकि मध्यस्थ एवं व्यापारी अनजान किसान की उपज का बड़ा हिस्सा अपने पास रख लेते हैं। परन्तु सुदृढ़ विपणन व्यवस्था के माध्यम से अनावश्यक मध्यस्थ, व्यापारी एवं दलाल का उन्मूलन हो जाता है, जिससे कृषक को उसकी उपज का उचित मूल्य प्राप्त होता है। अतः वह अधिक लाभान्वित होता है। परिणामस्वरूप उसकी क्रय शक्ति में वृद्धि होती है। कृषकों की क्रयशक्ति में वृद्धि होने से उनकी आर्थिक एवं सामाजिक उन्नति होती है।

10 पूँजी का निर्माण—भारत जैसे कृषि प्रधान एवं विकासशील देश जहाँ की लगभग 70 प्रतिशत जनसंख्या प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से कृषि पर निर्भर है। अतः देश की इस 70 प्रतिशत जनसंख्या के कृषि की जितनी उन्नति होगी, उतनी ही उन्नति विपणन योग्य उपज के आधिक्य का होगा। इस आधिक्य के अनुपात में ही किसानों की आय, बचत व विनियोग में वृद्धि होने की सम्भावना होगी। जापान एवं रूस में कृषि बचतों से ही पूँजी निर्माण तथा देश का आर्थिक विकास हुआ है। किन्तु यह तभी सम्भव है जब कृषि उपज की विपणन व्यवस्था प्रभावशाली हो।

11 विदेशी मुद्रा का अर्जन— भारतीय विदेशी बाजार में कृषि योगदान 1999–2000 में 14.6 प्रतिशत था, जो निर्यात की राशि 24576 करोड़ रुपये होती है।¹ यह निर्यात की मात्रा विपणन योग्य आधिक्य पर निर्भर करती है। अतः देश में पूँजीगत माल, मशीनें, तकनीकी ज्ञान, आयात का भुगतान करने के लिए कृषिजन्य पदार्थों के निर्यात में वृद्धि करना आवश्यक है। निर्यात में वृद्धि तभी सम्भव है, जब सुदृढ़ कृषि विपणन व्यवस्था होगी। अतः सुदृढ़ विपणन व्यवस्था के माध्यम से विदेशी मुद्रा के अर्जन में वृद्धि होगी।

12 नियोजन की प्रक्रिया उपयुक्त होने के लिए उचित विपणन की आवश्यकता— भारत का जनजीवन तथा अर्थव्यवस्था उत्तरोत्तर पंचवर्षीय योजनाओं के कार्यों से प्रभावित होती है। इसलिए यह आवश्यक है कि अर्थव्यवस्था को स्थायित्व दिया जाए। कृषि उपजों के विक्रय तथा विभिन्न माल का आदान प्रदान नियोजन आवश्यकताओं के अनुरूप होना चाहिए। भारतीय अर्थव्यवस्था में आदान-प्रदान व्यवहारों में कृषि उपजों की समुचित एवं सुदृढ़ विपणन व्यवस्था अर्थव्यवस्था को स्थायित्व दे सकती है तथा नियोजन प्रक्रिया में सहायक हो सकती है।

इस प्रकार देश एवं विदेश में भारतीय कृषि व उसके उपज की स्थिति निरन्तर बेहतर होती जा रही है। सुदृढ़ विपणन व्यवस्था के कारण उसमें तेजी से सुधार के लक्षण दृष्टिगोचर हो रहे हैं। निश्चय ही यह संकेत हमारे कृषि एवं ग्राम प्रधान देश के सामाजिक एवं आर्थिक विकास के लिए कल्याणकारी कहा जा सकता है। परिणामस्वरूप हमारा देश शीघ्र ही विकसित राष्ट्रों की श्रेणी में आ जायेगा।

¹ आर्थिक समीक्षा, 2000–2001।

कृषि विपणन को प्रभावित करने वाले घटक

कृषि की उन्नति का कृषि उत्पादन के विक्रय एवं कृषक की आर्थिक स्थिति से गहरा सम्बन्ध है। यदि कृषक को उसकी उपज का उचित दाम मिल जाता है तो वह निश्चित तौर पर अधिकाधिक मन एवं लगन से कृषि कार्य करने के लिए प्रोत्साहित होगा। इससे कृषि उत्पादन में अधिक वृद्धि होगी। कृषि उत्पादन के बढ़ने पर विपणन योग्य कृषि आधिक्य में वृद्धि होगी। इससे कृषक को उसकी उपज से अधिक लाभ प्राप्त होगा। परिणामस्वरूप किसान के जीवन स्तर में सुधार होगा एवं साथ ही साथ भारतीय अर्थव्यवस्था के विकास को गति मिलेगी, परन्तु दुर्भाग्यवश भारत जैसे कृषि प्रधान देश में महाजनो, साहूकारों एवं मध्यस्थों का वर्चस्व है। ये गरीब कृषकों को अपनी शर्त पर खेती करवाते हैं एवं मन चाहा शोषण करते हैं। जिससे कृषक अपनी पूरी योग्यता, क्षमता एवं मन से कृषि कार्य नहीं करता है। परिणामस्वरूप अपेक्षित कृषि उत्पादन नहीं हो पाता है, कम उत्पादन होने से विपणन योग्य आधिक्य में भी कमी आती है। फलस्वरूप कृषकों का जीवन-स्तर को ऊँचा नहीं उठ पाता और न ही अर्थव्यवस्था के विकास को गति प्राप्त हो पाती है।

रविवर्मा तथा के शंकर ने विभिन्न सम्पत्ति वर्गों में पश्यागत अतिरेक और विपणन अतिरेक का आकलन धान व गेहूँ के कुछ उत्पाद के प्रतिशत के रूप में किया। उनके गहन सर्वेक्षण से चार महत्वपूर्ण तथ्य उभर कर सामने आये, जो इस प्रकार हैं —

- समृद्धि के साथ विपणन अतिरेक की मात्रा में बढ़ोत्तरी होती जाती है।
- निर्धनता की दशा में कृषक अनिवार्यतः अपने ही उपभोग के लिए चावल एवं गेहूँ का उत्पादन लेते हैं। अतः उनमें विपणन अतिरेक की मात्रा का कम होना स्वाभाविक ही है।

► वे समस्त कृषक जिनकी सम्पत्ति वर्ग 5000 रुपया तक सीमित है नकदी आवश्यकताओं के कारण अपने समय विपणन अतिरेक का बाजार में विक्रय करने को बाध्य होते हैं।

► 5000 रुपये से अधिक सम्पत्ति वर्ग वाले कृषकों में विपणन अतिरेक का कुछ भाग (धान का 14 प्रतिशत तथा गेहूँ का 24.21 प्रतिशत) उत्पादकों द्वारा रोक लिया जाता है।

विपणन अतिरेक बहुत से कारकों द्वारा प्रभावित होता है। विपणन अतिरेक में कमी या वृद्धि ही कृषि विपणन में भी पतिकूल या अनुकूल प्रभाव डालता है। कृषि विपणन प्रक्रिया को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों का विवरण निम्नलिखित है —

1 मध्यस्थों की संख्या — कृषि उपज को उत्पादक से उपभोक्ता तक पहुँचाने के लिए मध्यस्थों की एक लम्बी श्रृंखला होती है, जैसे— जमींदार जो अपने काश्तकारों की उपज एकत्रित करते हैं, घूमने फिरने वाला क्रैता, कच्चा आढतिया, पक्का आढतिया, थोक व्यापारी, मिलों के एजेंट तथा निर्यातक एवं उसके एजेंट आदि। कुछ मध्यस्थ क्रैता एवं विक्रेता दोनों की ओर से काम करते हैं और दोनों पक्षों से कमीशन लेते हैं।

कृषि उपज के आधिक्य के विपणन मध्यस्थों की संख्या से बहुत अधिक प्रभावित होता है। यदि मध्यस्थों की संख्या अधिक है तो कृषक अपनी उपज का उचित दाम प्राप्त नहीं कर पाता है, क्योंकि ये मध्यस्थ किसानों की गरीबी एवं अज्ञानता का पूरा-पूरा फायदा उठाते हैं एवं फसल के तैयार होने पर खेत या खलिहान में कृषि उपज को कम दाम में खरीद लेते हैं। अतः इस प्रकार फसल के विक्रय से किसान को बहुत कम लाभ प्राप्त होता है। कभी-कभी तो कृषक मजबूरी के कारण फसल को ऐसी कीमत पर बेच देते हैं, जहाँ उसको फसल में लगायी गयी लागत भी निकलनी मुश्किल हो जाती है। अतः किसान अपनी मेहनत के अनुरूप लाभ नहीं पाता है तो वह खेती को पूरी लगन एवं मेहनत से नहीं करता है। साथ ही साथ उचित लाभ न मिलने पर अगली फसल के उत्पादन में अच्छी

लागत लगाने में असमर्थ हो जाता है, इससे पुन अच्छी फसल प्राप्त नहीं कर पाता है तथा कृषक हतोत्साहित होकर तथा मजबूरीवश बोने वाले फसल के क्षेत्र में कमी कर देता है। इस प्रकार कृषि उत्पादन में कमी आ जाती है। कृषि उत्पादन में कमी के कारण कृषि उपज के विपणन योग्य आधिक्य में भी कमी आ जाती है। परिणामस्वरूप कृषि विपणन की प्रक्रिया पर नकारात्मक प्रभाव पड़ता है।

इसके विपरीत यदि बाजार में मध्यस्थों की संख्या अधिक नहीं है या आवश्यक मध्यस्थ ही विपणन प्रक्रिया में लगे हैं तो विपणन लागत में कमी आयेगी तथा किसानों को भी मध्यस्थों के अनावश्यक शोषण से मुक्ति मिलेगी। किसानों को उसकी फसल का उचित दाम मिलने से वह दुगुने उत्साह, लगन एवं मेहनत से कृषि कार्य करके अपनी कृषि उत्पादन क्षमता को बढ़ायेगा और इस प्रकार विपणन योग्य कृषि उपज में वृद्धि होगी।

मध्यस्थों की संख्या से उपभोक्तावर्ग भी प्रभावित होता है। यदि विपणन में मध्यस्थों की लम्बी एवं अनावश्यक शृंखला है तो विपणन लागत में बहुत वृद्धि होती है। विपणन लागत में वृद्धि होने से कृषि उत्पाद की कुल लागत में वृद्धि होती है, जिसको उपभोक्ताओं को ही सहन करना पड़ता है। इन मध्यस्थों की लम्बी एवं अनावश्यक शृंखला से कृषि उत्पाद का दाम बढ़ने के कारण भारत जैसे गरीब देश में कुछ जनसंख्या इन उत्पादों के उपभोग से वंचित हो जाती है। बड़ी कीमतों के कारण सामान्य उपभोक्ता भी वस्तु की क्रय मात्रा में कमी कर देता है। यदि विपणन में मध्यस्थों की संख्या कम एवं आवश्यक ही है, तो अनावश्यक विपणन लागत में वृद्धि नहीं हो पाती है साथ ही साथ उपज की मात्रा एवं गुणवत्ता के प्रति विश्वास बढ़ जाता है। अतः उपभोक्ताओं को भी कृषि उत्पाद उचित मूल्य एवं शुद्धता के साथ मिल जाती है। इस उपभोक्ता अपनी खरीददारी एवं उपभोग में वृद्धि कर देता है, जिससे कृषक को भी उसकी उपज को बेचने में आसानी होती है एवं उसे भी उचित मूल्य मिलता है। अतः विपणन क्रिया का विकास एवं विस्तार होता है। उचित कृषि विपणन प्रक्रिया के माध्यम से कृषक कृषि उपज का बेचने पर

तथा उपभोक्ता उचित मूल्य पाने पर सतुष्ट होते हैं। अतः विपणन प्रक्रिया सकारात्मक रूप से प्रभावित होती है।

2 मण्डियों की स्थिति — मण्डियाँ दो प्रकार की होती हैं— नियमित एवं अनियमित मण्डी। नियमित मण्डी की दशा में अनावश्यक मध्यस्थ नहीं होते हैं तथा न ही वहाँ पर कृषि उपज में से अनावश्यक कटौतियाँ जैसे— धर्मादा, करदा, गौशाला, धर्मशाला, मेहतर, मुनीम आदि नहीं होती हैं। अतः इन खर्चों का बोझ कृषि उपज पर नहीं पड़ने पाता है। साथ ही साथ नियमित मण्डी होने की दशा में आढतिया भी किसानों से मनमानी नहीं कर पाते हैं। अतः ऐसी मण्डियों में इन स्थितियों के विद्यमान होने से जहाँ किसानों को अनावश्यक मध्यस्थों एवं अन्य अनावश्यक खर्चों से छुटकारा मिलता है वही किसानों को उसकी उपज के विपणन से अच्छा लाभ भी मिलता है। इससे कृषक की आर्थिक स्थिति में सुधार को बल मिलता है, जिससे किसान पूरी लगन एवं मेहनत से कृषि कार्य करता है। कृषि उत्पादन में वृद्धि होती है, इस वृद्धि से निश्चित ही विपणन योग्य आधिक्य में भी वृद्धि होती है।

दूसरे अनियमित मण्डियों के होने की दशा में किसानों को बहुत से अनावश्यक व्यय करने पड़ते हैं जैसे— आढत, तुलाई, दलाली, पल्लेदारी आदि। इन व्ययों के अतिरिक्त और भी व्यय किसानों से वसूल किये जाते हैं, जैसे— धर्मादा, करदा, गौशाला, मेहतर, मुनीम आदि। सभी इन व्ययों को जोड़कर कृषक के उपज के मूल्य में से काट लिया जाता है। इससे किसानों को उसकी उपज का बड़ा हिस्सा इन्हीं व्ययों में चला जाता है एवं उसे उपज के विक्रय से थोड़ी ही रकम मिल पाती है। कभी—कभी तो ऐसी स्थिति उत्पन्न हो जाती है कि यदि कृषक की उपज सस्ती बिकती है तो कृषक को उसकी उपज की बिक्री से कुछ भी नहीं मिलता है और वह खाली हाथ घर लौटता है। कृषक हताश एवं निराश होकर टूट जाता है। उसकी आर्थिक स्थिति और दयनीय हो जाती है, जिससे वह कृषि के प्रति हतोत्साहित होकर कम क्षेत्रफल में खेती करता है परिणामस्वरूप कम कृषि उत्पादन होता है इस प्रकार विपणन योग्य आधिक्य में भी कमी आती है।

मण्डियों की स्थिति से उपभोक्ता वर्ग भी प्रभावित होता है अतः उसके प्रभावित होने से कृषि विपणन भी प्रभावित होता है। नियमित मण्डियों के होने पर एवं मध्यस्थों की संख्या कम होने से विपणन व्यय में कमी आती है जिससे विक्रय मूल्य भी कम रहता है इससे उपभोक्ता को कम कीमत पर वस्तु प्राप्त हो जाती है साथ ही साथ कम मध्यस्थ होने से विपणन में गड़बड़ी होने की भी सम्भावना कम हो जाती है जिससे उपभोक्ता को वस्तु की गुणवत्ता के बारे में भी निश्चित रहता है। अतः नियमित मण्डियों की दशा में विपणन में अनेक कुरीतियों का उन्मूलन हो जाता है जिससे उपभोक्ता निश्चित होकर उत्पादित वस्तु को उचित मात्रा में प्राप्त करता है। इससे वह अधिक उपभोग के प्रति प्रेरित होता है एवं विपणन व्यवस्था को बल मिलता है।

इससे विपरीत यदि अनियमित मण्डि की स्थिति है तो वहाँ विपणन में अनेक बुराइयाँ होंगी। विपणन लागत में अनावश्यक वृद्धि होती है एवं उपज में मिलावट एवं घटतौली आदि जैसी कुरीतियाँ उत्पन्न होती हैं। अतः ऐसी स्थिति में उपभोक्ताओं को शुद्ध एवं पूरी मात्रा में कृषि उपज मिलने की सम्भावना कम हो जाती है साथ ही साथ उपभोक्ताओं को कृषि वस्तु की खरीद पर उँची कीमत देनी होती है। अतः इन कारणों से प्रभावित होकर उपभोक्ता बहुत ही जरूरी मात्रा का ही क्रय करता है, अतः परिणामस्वरूप विपणन प्रक्रिया प्रभावित होती है।

3 उपज के बिक्री का समय – कृषि विपणन व्यवस्था कृषि वस्तु के विपणन के समय से प्रभावित होती है। सामान्यतः कृषक कृषि कार्य गरीबी के कारण साहूकार या महाजन से उधार रकम लेकर करता है और रकम प्रायः इस शर्त पर ली जाती है कि फसल कटने के बाद ब्याज सहित वापस कर दी जाएगी या ऋणदाता द्वारा ही कृषक की फसल को खेत या खलिहान में ऋण के बदले में खरीद लिया जायेगा। अतः ऋणदाता किसानों की इस मजबूरी का फायदा भरपूर उठाता है, यदि वह फसल खरीदता है तो आधा पौना दाम ही देता है। यदि व्याज सहित ऋण अदायगी करनी है तो व्याज दर बहुत उँची होती है। किसान फसल के उचित कीमत आने का इन्तजार ऋण एवं व्याज के भार के कारण नहीं कर सकता है,

अतः मजबूर होकर फसल तैयार होते ही फसल कम दाम में ही बेच देता है। इससे किसान को उसकी मेहनत का उचित पारिश्रमिक नहीं मिलता है। यही कारण है कि भारतीय किसान सदियों से गरीब एवं लाचार बना हुआ है। ऐसी स्थिति में कृषक उपजब्ध खेत के पूरे क्षेत्रफल पर खेती करने की स्थिति में नहीं होता है और जितनी भी खेती करता है वह भी पूँजी के अभाव में अच्छी पैदावार नहीं मिल पाती है, जो भी मिलती है उसका भी उचित कीमत नहीं मिलता है। अतः किसान हतास एवं निराश होकर भाग्यवादी बन जाता है तथा वह बहुत ही जरूरी आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए ही खेती करता है। इस प्रकार खेती करने से कुल उत्पादन में कमी आती है एवं परिणामस्वरूप विपणन योग्य आधिक्य में कमी आती है।

दूसरी ओर यदि कृषक सम्पन्न है या उसे कृषि कार्य करने के लिए आसान शर्तों पर ऋण उपजब्ध हो जाता है तो किसानों को उपज तैयार होते ही बेचने की बाध्यता से मुक्ति मिल जाती है। वह फसल के उचित कीमत पाने के लिए बेचने के लिए खेत या खलिहान से बाजार या मण्डी में ले जाता है या कुछ समय बाद अच्छी कीमत मिलने का इन्तजार कर सकता है। इस स्थिति में किसान को उसकी उपज पर पर्याप्त एवं उचित प्रतिफल मिलता है। इससे किसान कृषि कार्य करने के लिए प्रोत्साहित होता है और अधिकतम उपजब्ध कृषि योग्य भूमि में खेती करता है। इससे कृषि उत्पादन में वृद्धि होती है साथ ही साथ विपणन योग्य कृषि आधिक्य में भी वृद्धि होती है, अतः ऐसी स्थिति से कृषि विपणन प्रक्रिया का तेजी से विकास होता है।

4 उत्पादित वस्तु की किस्म – कृषि वस्तुओं के विपणन में उपज की किस्म विपणन प्रक्रिया को प्रभावित करती है। यदि उत्पादित फसल की किस्म अच्छी होगी, तो कृषको को उस वस्तु का दाम भी अच्छा मिलेगा जिससे किसानों के लाभों में वृद्धि होगी तथा साथ ही साथ वे अधिक उत्पादन करने के लिए प्रोत्साहित होंगे। परिणामस्वरूप अधिक कृषि उत्पादन होगा एवं अधिक उत्पादन होने से विपणन योग्य आधिक्य में वृद्धि होगी। इसके विपरीत यदि अच्छी गुणवत्ता की उपज नहीं है तो उसे कम मूल्य मिलेंगे।

उपभोक्ता वर्ग भी उत्पादित वस्तु की किस्म एवं गुणवत्ता से प्रभावित होता है। यदि उत्पादित वस्तु अच्छी किस्म की है तो उपभोक्ता वस्तु की अधिक कीमत देता है एवं खरीद की मात्रा में भी बढ़ोत्तरी कर देता है अतः विपणन आधिक्य को बढ़ावा मिलता है, जिससे कृषि विपणन सकारात्मक रूप से प्रभावित होता है। इसके विपरीत यदि उत्पादित वस्तु की किस्म घटिया है तो उपभोक्ता खरीद की मात्रा में कमी कर देता है जिससे उपभोग की मात्रा में कमी आती है और उत्पादन प्रक्रिया हतोत्साहित होती है एवं परिणामस्वरूप अर्थव्यवस्था में मंदी आती है।

5 श्रेणीकरण एवं प्रमापीकरण – भारतीय मण्डियों में जो कृषि उपज बिकने को आती हैं वे प्रायः अवर्गीकृत व अप्रमाणित होती हैं। उसके पास साधनों का अभाव रहता है इस कारण वह अपनी उपज का विधायन भी नहीं कर पाता है। इसके विपरीत वह अपनी उपज को जैसी पैदा करता है, उसी स्थिति में बेच देता है। ऐसी उपज का दाम घटिया किस्म के हिसाब से दी जाती है जिससे कृषकों को उसकी उपज का उचित मूल्य नहीं मिल पाता है। इसके अतिरिक्त उपज में ककड़, मिट्टी आदि मिली रहने के कारण भी उचित दाम नहीं मिल पाता है। परिणामस्वरूप अच्छी कीमत न मिलने से कृषक उत्पादन के लिए प्रोत्साहित नहीं होता है, जिससे कृषि उत्पादन में कमी के साथ-साथ विपणन योग्य आधिक्य में भी कमी आती है। इस प्रकार विपणन प्रक्रिया नकारात्मक रूप से प्रभावित होती है।

इसके विपरीत कृषक यदि उत्पादित उपज को विधायन कर उसको विभिन्न प्रकार से श्रेणीकरण एवं प्रमापीकरण करे तो निश्चित रूप से उसको उपज का अधिक मूल्य मिलेगा और लाभ में वृद्धि होगी। लाभ में वृद्धि होने पर किसान अधिकाधिक उत्पादन करने के लिए प्रेरित होगा। अतः इससे विपणन योग्य आधिक्य में वृद्धि होगी। परिणामस्वरूप विपणन प्रक्रिया सकारात्मक रूप से प्रभावित होगी।

6 गोदाम एवं भण्डारगृह – कृषि मौसमी प्रकृति की होती है अतः फसले पूरे वर्ष पैदा नहीं होती है, परन्तु उनके उपभोग की आवश्यकता पूरे वर्ष पड़ती है। अतः पूरे वर्ष की आवश्यकता की खाद्यान्न पूर्ति के लिए उचित भण्डारण की व्यवस्था होनी

चाहिए। सामान्यतः भारत में किसानों के पास ऐसी भण्डारण सुविधाओं का अभाव है जहाँ किसान अपनी उपज को कुछ समय के लिए सुरक्षित रख सकें तथा अच्छा भाव आने का इन्तजार कर सकें। गाँवों में निजी भण्डार सुविधाएँ हैं, जिनमें दीमक, चूहों, कीटाणुओं व सीलन आदि के कारण उत्पत्ति की सुरक्षा नहीं हो पाती है। ऐसी स्थिति में कृषक को उपज शीघ्र बेचने के लिए बाध्य होना पड़ता है। अतः किसानों की इस बाध्यता के कारण उपज का उचित कीमत नहीं मिल पाता है तथा लाभ की राशि भी बहुत कम हो जाती है, कृषकों को उचित कीमत न मिलने पर निराशा होती है अतः बहुत अधिक उत्पादन के लिए प्रोत्साहित नहीं होता है। इससे उत्पादन कम होता है, जिससे विपणन योग्य आधिक्य में भी कमी आ जाती है।

यदि कृषि उपज के भण्डारण के लिए पर्याप्त गोदाम हैं, जो किसानों की उत्पत्ति को उचित भाव आने तक सुरक्षित रखते हैं। इससे किसानों की उपज की पर्याप्त सुरक्षा होती है साथ ही साथ कृषि उपज की बाद में उचित भाव आने पर बिक्री से लाभ अधिक मिलता है। किसानों को पैसे के लिए उपज शीघ्र नहीं बेचना पड़ता है, क्योंकि उन्हें गोदामों से फसल बिकने तक के लिए उधार मिल जाता है। इससे किसान साहूकार या महाजन से छुटकारा पा जाता है। अतः अधिक लाभ एवं ऋण मिलने से किसान उत्पादन के लिए प्रेरित होकर अधिकाधिक उत्पादन करता है, जिससे विपणन योग्य आधिक्य में वृद्धि होती है।

7 परिवहन सुविधा --यदि गाँव व शहर को जोड़ने वाली अधिकांश सड़कें कच्ची हैं जिन पर वर्षा के मौसम में चलना कठिन हो जाता है। गाँव में प्रायः परिवहन के साधन के रूप में ऊँट, गधा, खच्चर, बैलगाड़ी आदि का प्रयोग किया जाता है। कच्ची सड़क एवं परिवहन के इस परम्परागत साधन को अपनाने से उपज वस्तुओं को पहुँचाने में अधिक लगता है। अतः यदि मण्डी या बाजार दूर है तो कृषि उपज के खराब होने की सम्भावना बढ़ जाती है इस लिए शीघ्र नाशवान प्रकृति के साग, सब्जी, फल आदि की दशा में इन परिवहन सुविधाओं से काफी क्षय होता है। अतः किसान उचित परिवहन सुविधा या उत्पत्ति के क्षय से बचने के लिए उसे खेत या खलिहान पर आधे पौने दाम पर बेचने को मजबूर होता है। इससे कृषक को उसके

उत्पत्ति का उचित मूल्य नहीं मिल पाता है। परिणामस्वरूप कृषक अधिकाधिक उत्पादन के लिए प्रोत्साहित नहीं होता है, अतः विपणन योग्य आधिक्य में वृद्धि नहीं हो पाती है, जो विपणन प्रक्रिया को प्रभावित करती है।

यदि गाँव व शहर को जोड़ने वाली सड़क पक्की या समतल है तथा वहाँ आधुनिक परिवहन सुविधा जैसे— ट्रैक्टर, ट्रक तथा अन्य छोटे साधन आदि हैं तो ऐसे साधन कृषि उपज के लिए सुगम होते हैं, उत्पत्ति को समय लगने वाली क्षति से बचत होती है। अतः कृषक की उपज मण्डी या बाजार तक पहुँचती है जहाँ उसे अच्छी कीमत मिलती है अतः वह अपने जीवन स्तर को ऊँचा उठाने के लिए अधिकाधिक कृषि कार्य के लिए प्रेरित होता है। इससे विपणन योग्य कृषि उपज में वृद्धि होती है। परम्परागत परिवहन की सुविधा होने से कृषि उत्पादन का अभावग्रस्त क्षेत्र में विस्तार नहीं हो पाता है। जिस क्षेत्र में उत्पादन होता है उसी के आसपास कृषि वस्तुएँ बिकने के लिए जाती हैं अतः एक सीमित क्षेत्र होने से उपज सस्ती बिकती है। इससे किसानों को उचित लाभ नहीं मिल पाता है, जिससे वे बाजार की सीमा को ही ध्यान में रखकर एक निश्चित क्षेत्रफल में ही खेती करते हैं अतः विपणन योग्य आधिक्य में कमी आती है।

इसके विपरीत यदि परिवहन के आधुनिक साधन एवं गाँव को शहर से जोड़ने वाली सड़क पक्की है तो कृषि उत्पादन को दूर-दूर तक की मण्डी एवं बाजार में अभावग्रस्त क्षेत्र में पहुँचाया जाता है। परिणामस्वरूप कृषक विक्रय की सीमा न होने से अधिक क्षेत्रफल में खेती करता है तथा उसके कृषिगत उचित लाभ में आशातीत वृद्धि होती है।

8 कृषक की वित्तीय स्थिति एवं वित्त के स्रोत— यदि कृषक की वित्तीय स्थिति ठीक नहीं है तो वह फसल को तैयार करने के लिए ऋण लेता है, यह ऋण प्रायः साहूकार या महाजन से लेता है, जिसको फसल तैयार होने पर व्याज सहित लौटाना होता है। अतः किसान सदैव महाजन या साहूकार द्वारा लिये गये ऋण की अदायगी के बारे में सोचता रहता है। वह अधिक क्षेत्रफल में खेती करने में असमर्थ होता है, क्योंकि उसे ऐसी दशा में अधिक पैसे की आवश्यकता होगी जो ऊँची

ब्याज दर पर मिलती है। अतः गरीब किसान ऊँची ब्याज दर एवं समय से ऋण एवं व्याज की अदायगी का जोखिम लेने में असमर्थ होता है। परिणामस्वरूप क्षमतानुसार छोटे ही क्षेत्रफल में खेती करता है। इससे विपणन योग्य कृषि पदार्थ में कमी होती है।

किसान को यदि कृषि करने के लिए महाजन या साहूकार से ऋण नहीं लिया हो तथा वह खेती करने के लिए खुद पूँजी लगायी है, तो वह निश्चिन्त होकर अधिक क्षेत्रफल में खेती करता है। एवं खेती में अच्छी लागत खाद एवं दवाओं में लगाता है जिससे कृषि उत्पत्ति में बढोत्तरी होती है साथ ही साथ कृषि विपणन के आधिक्य में भी वृद्धि होती है। कृषको को यदि फसल उत्पादन के लिए जरूरत के ऋण की व्यवस्था के लिए ऊँची व्याज दर एवं फसल तैयार होने पर ऋण एवं व्याज का भुगतान करना हो तो कृषक थोड़ा ही ऋण लेकर थोड़े ही क्षेत्रफल में कृषि कार्य करेगा। अतः विपणन योग्य आधिक्य में कमी आयेगी। इसके विपरीत यदि आसान दर पर एवं ऋण अदायगी फसल तैयार होने के बाद गोदाम में रखने के पश्चात् फसल की अच्छी कीमत आने पर ऋण अदायगी की शर्त हो तो कृषक ऋण अधिक लेकर अधिक क्षेत्रफल में खेती करेगा, जिससे विपणन योग्य कृषि उपज के आधिक्य में वृद्धि होगी।

9 देश की जनसंख्या का आकार – भारत जैसे विशाल जनसंख्या वाला देश जहाँ की लगभग तीन चौथाई जनसंख्या प्रत्यक्ष एवं परोक्ष रूप से कृषि कार्य में लगी है। देश की जनसंख्या वृद्धि दर कृषि विपणन प्रक्रिया को प्रभावित करती है। बढ़ती जनसंख्या के अनुरूप यदि कृषि उत्पादन नहीं बढ़ता है तो उत्पादक पहले की अपेक्षा कम मात्रा में उपज के आधिक्य को बचा पायेगा क्योंकि परिवार में बड़े सदस्यों के खाद्यान्न सम्बन्धी जरूरत में भी वृद्धि होगी। परिणामस्वरूप विपणन योग्य आधिक्य में कमी होगी। तेजी से बढ़ती जनसंख्या के कारण ही खेतों के जोत के आकार में कमी आ रही है। सन् 1970-71 में 230 हेक्टेयर औसत जोत का आकार था जो घटकर 1990-91 में 157 हेक्टेयर औसत ही रह गया।¹ देश के कृषकों

¹ मिश्रा, जे0पी0, *भारतीय अर्थव्यवस्था*, मिश्रा ट्रेडिंग कारपोरेशन, वाराणसी, पृ0 206।

एव देश के कृषि वैज्ञानिकों द्वारा नयी नयी कृषि तकनीक एव उन्नतशील बीज आदि के उपयोग द्वारा ही हम कृषि उत्पादन में रिकार्ड बढ़ोत्तरी किये हैं। जहाँ वर्ष 1951 में खाद्यान्न 55 मिलियन मी०टन था वहीं यह 2000 में बढ़कर 180.2 मिलियन मी०टन हो गया, परन्तु तेजी से बढ़ती जनसंख्या के कारण यह वृद्धि पर्याप्त नहीं लगती है। क्योंकि वर्ष 1951 में जहाँ प्रतिदिन प्रतिव्यक्ति खाद्यान्न उपलब्धता 395.0 ग्राम थी वहीं यह वर्ष 1997 में बढ़कर 505.5 ग्राम पहुँच गयी, किन्तु इसके बाद प्रतिव्यक्ति खाद्यान्न उपलब्धता घटने लगी और यह वर्ष 2000 में 466.0 ग्राम पर पहुँच गयी।¹ अतः प्रतिदिन प्रतिग्राम खाद्यान्न में उपलब्धता में कमी के कारण कृषि उत्पादन के आधिक्य में भी कमी आयेगी। इस प्रकार विपणन प्रक्रिया प्रभावित होगी।

10 कृषकों में साक्षरता —किसानों के ज्ञान एवं शिक्षा का स्तर कृषि उत्पादन एवं विपणन प्रक्रिया को प्रत्यक्ष एवं परोक्ष दोनों रूप से प्रभावित करता है। यदि किसान शिक्षित एवं जागरूक हैं तो उसे कृषि से सम्बन्धित जानकारी लेने में परेशानी नहीं होती है। समाचार पत्र, पत्रिकाओं तथा अन्य प्रकाशित कृषि सम्बन्धी समाचार के माध्यम से किसानों को पता चल जाता है कि कब फसल की बुआई करने से अच्छी फसल मिलेगी, कौन सी किस्म की फसल पैदावार अधिक देगी, कितना खाद एवं बीज देना चाहिए आदि के बारे में विस्तृत जानकारी मिलती है। अतः इससे किसान अधिकाधिक उत्पादन करने में सक्षम होता है। अधिक उत्पादन करने के पश्चात् किसानों को उपज बेचने के सम्बन्ध में भी समाचार पत्रों या कृषि सम्बन्धी अन्य पत्रिका के माध्यम से मण्डी या बाजार भाव के बारे में जानकारी होती रहती है। साथ ही साथ कृषि विपणन सम्बन्धी अन्य कानूनी पहलू भी शिक्षित किसान को मालूम हो जाती है। इससे जागरूक किसानों का शोषण मध्यस्थों द्वारा नहीं हो पाता है। परिणामस्वरूप किसान को उसकी उपज के विपणन पर निर्धारित दर से उपज पर प्रतिफल मिलता है। इससे किसानों को अधिक फायदा पहुँचता है वे

¹ आर्थिक समीक्षा, 2000-2001, पृष्ठ 5-24।

अधिक उत्पादन के लिए प्रेरित होते हैं। और विपणन योग्य आधिक्य में वृद्धि होती है।

यदि किसान अनपढ़ एवं अज्ञान हैं तो महाजन एवं साहूकार मनमाना शोषण करते हैं। क्योंकि कृषक को बाजार की गतिविधि के बारे में खास पता नहीं होता है। मण्डी में पहुँचने पर भी शोषण मध्यस्थों द्वारा किया जाता है। अतः किसान अज्ञानतावश एवं शोषण से परेशान होकर फसल कम दाम पर बेचकर चला आता है। इससे उसे परिवार का पालन पोषण करने के लिए भी कमाई नहीं हो पाती है। अतः वह खेती करने के लिए उत्साहित नहीं रहता है। खास जरूरी आवश्यकताओं के लिए ही खेती करता है। अतः उत्पादन पेट पालने के लिए या थोड़ा अधिक करता है, जिससे विपणन योग्य आधिक्य में कमी आती है।

11 फसल की उत्पादकता एवं मिट्टी की उत्पादन क्षमता — यदि फसल की उत्पादकता का स्तर बहुत कम है तो विपणन योग्य आधिक्य में कमी आयेगी, क्योंकि जो किसान फसल उगायेगा सर्वप्रथम परिवार की आवश्यकता के लिए रख लेगा और बची फसल ही विपणन के लिए उपजब्ध होगी। यदि फसल की उत्पादकता उच्च स्तर की है तो अधिक कृषि उपज होगी अतः विपणन के लिए अधिक फसल उपजब्ध होगी। अतः फसल की उत्पादकता कृषि विपणन प्रक्रिया को प्रभावित करेगी।

मिट्टी की उत्पादन क्षमता भी विपणन प्रक्रिया को प्रभावित करती है। यदि उपजाऊ मिट्टी है तो उपज ज्यादा पैदा होगी। इसके विपरीत यदि कम उपजाऊ मिट्टी है तो उत्पादन कम होगा और विपणन आधिक्य भी कम होगा।

12 सरकारी एवं सहकारी सहायता — कृषि क्षेत्र की उत्पादकता काफी हद तक सरकारी एवं सहकारी सहायता पर निर्भर करती है। यदि किसानों को उपज पैदा करने के लिए पर्याप्त खाद, बीज, सिंचाई की सुविधा आदि है तथा कृषि उपज के पैदा हो जाने पर कृषि उपज के परिवहन, भण्डारण एवं विपणन के लिए भी सहकारी संस्थाओं तथा सरकार की तरफ से पर्याप्त सुविधा है तो किसानों को उनकी उपज की पैदावार मिलेगी। किसान इस प्रतिफल को प्रत्यक्ष रूप में अधिक खेती

करेगा और कृषि विपणन योग्य विपणन में वृद्धि होगी। इसके विपरीत यदि सरकार एवं सहकारी संस्थाओं द्वारा अपर्याप्त सुविधा मिलती है तो महाजनो एवं साहूकारों का वर्चस्व बढ़ता है एवं किसानों का मनमाना शोषण करते हैं, जिससे किसान खेती के प्रति हतोत्साहित होकर भाग्यवादी बन जाता है। परिणामस्वरूप कृषि उत्पादन में कमी आ जाती है इससे विपणन प्रक्रिया प्रभावित होती है।

13 कृषि कीमतों में उतार चढ़ाव — कृषि विपणन में कमी या वृद्धि कृषि कीमतों के उतार-चढ़ाव पर निर्भर करता है। कृषि मूल्यों में कमी होने पर उपभोक्ता अधिक मात्रा में वस्तुओं का उपभोग करते हैं, यदि पहले बहुत मात्रा में कृषि उत्पत्ति कृषक के पास जमा थी, तो उसकी बिक्री हो जाती है और कृषक लाभान्वित होता है। परन्तु सामान्यतः मूल्य में कमी से कृषक को कृषि उत्पत्ति पर बचत की रकम कम हो जाती है बहुत अधिक उत्पादन होने से जब कीमत अधिक गिर जाती है तो भी कृषि उत्पत्ति की माँग कम हो जाती है जिससे भी कृषक को नुकसान होता है। अतः मन्दी की स्थिति में कृषकों को उपज का दाम कम मिलने से वे अधिक कृषि उत्साहित नहीं होते हैं कम बचत होने से उनकी आर्थिक स्थिति भी कमजोर हो जाती है। इस तरह किसान कम मात्रा में फसल उत्पादन करने लगता है, परिणाम स्वरूप विपणन योग्य आधिक्य में वृद्धि होती है।

14 सामाजिक प्रथाएँ — रूढ़िवादी समाज में सामाजिक प्रथाएँ भी कृषि विपणन पर प्रतिकूल प्रभाव डालती हैं। धार्मिक प्रवृत्तियों से वशीभूत होकर उपज का एक भाग लोगों द्वारा दान एवं भेंट कर दिया जाता है। अतः ऐसी क्रिया कृषि विपणन में शामिल नहीं होती है, जिसके कारण कृषि विपणन पर अनुकूल प्रभाव पड़ता है।

सभी कारण जो कृषि उत्पादन को प्रभावित करते हैं। प्रभावित करने वाले कारकों के कारण यदि कृषि उत्पाद के अतिरेक में कमी होती है तो कृषि विपणन प्रक्रिया पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ता है, इसी प्रकार यदि कृषि उत्पाद के अतिरेक में वृद्धि होती है तो कृषि विपणन प्रक्रिया पर अनुकूल प्रभाव पड़ता है तो कृषकों के जीवन स्तर में सुधार होने के साथ-साथ अर्थव्यवस्था के विकास में भी सहायक होता है।

कृषि विपणन-प्रक्रिया

किसी भी नियोजित आर्थिक विकास में, उत्पादन एवं उपभोग में सतुलन बनाये रखने के लिए माल के विनिमय का बहुत महत्व है। भारत जैसे विकासशील देश जहाँ की लगभग 65 प्रतिशत भाग की जनसंख्या का मुख्य आधार कृषि है। इसलिए कृषि उत्पादों के विपणन का बहुत महत्व है, क्योंकि इस पर भारतीय कृषक की समृद्धि निर्भर करती है। कृषकों की समृद्धि पर ही भारतीय अर्थव्यवस्था का विकास भी निर्भर करता है। अर्थव्यवस्था का विकास सिर्फ अधिकाधिक उत्पादन प्राप्त करके नहीं किया जा सकता बल्कि इसके लिए कृषि उत्पादों के उचित विपणन व्यवस्था को ध्यान में रखना आवश्यक है। कृषि उपजों के विपणन में अधिकांश समस्याएँ उनके उत्पादन की दशाओं और उनकी माँग की प्रकृति से उत्पन्न होती हैं।

कृषि पदार्थों के उत्पादन करने के पश्चात् किसान उपज के विपणन से अधिकतम दाम प्राप्त करना चाहता है इसके विपरीत उपभोक्ता का स्वभाव होता है कि वह कृषि पदार्थों के खरीद पर कम से कम मूल्य देना चाहता है। अतः कृषकों को कृषि पदार्थों के विपणन से किस दशा में अच्छी कीमत मिलेगी तथा उपभोक्ता भी किस दशा में उपज के लिए अच्छी कीमत देना चाहेगा। निश्चित तौर पर इन दोनों प्रश्नों का उत्तर एक ही होगा, कि उत्पादित वस्तु की मात्रा एवं गुणवत्ता ठीक हो। अतः उत्पादित कृषि पदार्थ को खेत से बाजार तक उपभोक्ताओं के लिए कुछ तैयारी एवं विधायन की आवश्यकता पड़ती है। प्रतिफल को उसी प्रकार प्रभावित करती है, जैसे किसान और उपभोक्ता के मध्य होने वाली अन्य क्रियाओं की कुशलता। कृषि विपणन एक जटिल समस्या है जिसमें कई प्रक्रियाएँ शामिल हैं। ये प्रक्रियाएँ जो उत्पादक से उपभोक्ताओं तक उपभोग के लिए की जाती हैं, निम्न लिखित हैं:-

1 कृषि उपज का एकत्रीकरण – उत्पादित कृषि उपज को विपणन के लिए उपभोक्ताओं तक पहुँचाने की पहली प्रक्रिया उपज का एकत्रीकरण है। कुछ फसले ऐसी होती हैं कि पकने या तैयार होने पर खेत या खलिहान में उपभोग योग्य बनाने के लिए उनमें और भी क्रियाएँ करने की जरूरत पड़ती है। गेहूँ की फसल के तैयार होने पर खेत या खलिहान में लगे श्रेणर के माध्यम से मड़ाई करने के बाद गेहूँ एवं भूसा निकलता है। इसी प्रकार धान के पकने पर मशीन में डालकर चावल निकाला जाता है। गन्ना की फसल के तैयार होने पर उसकी छँटाई आदि की आवश्यकता पड़ती है। अतः ऐसी फसलों के लिए इन प्रक्रियाओं को करने के बाद खेत या खलिहान से एकत्र किया जाता है। परन्तु कुछ ऐसी भी फसले होती हैं कि पकने या तैयार होने पर विपणन या उपभोग योग्य बनाने के लिए अन्य क्रियाएँ नहीं करनी पड़ती हैं। इस श्रेणी की फसल को खेत से सीधे एकत्र किया जाता है।

यदि कृषक बहुत थोड़े ही क्षेत्रफल में खेती करता है और उसका खेत एक ही जगह पर है तो वह कृषि उपज को स्वयं थोड़े श्रमिक के साथ एकत्र कर लेता है। परन्तु यदि कृषक बड़े क्षेत्रफल में खेती करता है और कृषक के खेत कई जगह अलग-अलग बिखरे हैं, तो ऐसी स्थिति के कृषक सामूहिक रूप से कृषि उपज एकत्र करते हैं। फसल एकत्र करने के लिए दूसरा तरीका यह है कि कृषक परम्परागत एवं आधुनिक परिवहन साधनों का सहारा लेकर फसल एक जगह एकत्र करता है। इन साधनों में ऊँट, खच्चर, घोड़ागाड़ी, बैलगाड़ी ट्रैक्टर या ट्राली प्रमुख हैं। अतः इन साधनों के माध्यम से कृषि उपज एकत्र करने के बाद विपणन तक पहुँचने के लिए आगे और प्रक्रिया की जाती है।

2 श्रेणीकरण एवं प्रमापीकरण – कृषि उपज को एक निश्चित स्थान पर एकत्र कर लेने के बाद दूसरी महत्वपूर्ण प्रक्रिया उपज के श्रेणीकरण एवं प्रमापीकरण की है। उपभोक्ताओं की रुचि एवं पसन्द, तथा क्रय शक्ति के कारण कृषि उपज के श्रेणीकरण एवं प्रमापीकरण की आवश्यकता पड़ती है। प्रमापीकरण एवं श्रेणीकरण कृषि उपज के रंग, आकार, स्वाद एवं गुणवत्ता के आधार पर होती है। एक ही फसल में भिन्नताएँ होती हैं एवं उनके स्वाद एवं गुणवत्ता में भी अन्तर होता है।

उदाहरण के लिए गेहूँ की फसल में कई प्रजाति होती है और विभिन्न प्रजातियों के स्वाद अलग-अलग होते हैं, जिस कारण कृषक खेत में बोये गये विभिन्न प्रजाति के गेहूँ को अलग-अलग श्रेणी में विभाजित कर देता है। जिनके विक्रय मूल्य भी अलग-अलग ही होते हैं। इसी प्रकार चावल की विभिन्न प्रजातियाँ होती हैं। पतला एवं स्वादिष्ट चावल उपभोक्ताओं द्वारा ज्यादा पसन्द किया जाता है अतः किसानों को ऐसे चावल पर ज्यादा कीमत मिलती है। फल एवं सब्जी को भी उपभोक्ता रंग, आकार, स्वाद एवं गुणवत्ता के आधार पर क्रय करते हैं अतः इनमें भी श्रेणीकरण एवं प्रमापीकरण की आवश्यकता पड़ती है। अपेक्षित आकार से छोटे एवं कमजोर तथा कटे फलों एवं सब्जियों को भी अलग श्रेणी में रखा जाता है। सड़े-गड़े फल एवं सब्जी को अलग निकाल लिया जाता है। इस तरह प्रमापीकरण एवं श्रेणीकरण की प्रक्रिया पूरी हो जाती है।

3 सवेष्टन – कृषि उत्पाद के प्रमाणीकरण एवं श्रेणीकरण हो जाने के पश्चात् विभिन्न श्रेणी के कृषि उत्पाद, के सवेष्टन के लिए अगली प्रक्रिया की आवश्यकता होती है। कृषि उत्पाद को सुरक्षित पहुँचाने, श्रेणीकरण एवं प्रमापीकरण किये गये कृषि उत्पाद को अलग रखने के लिए, मण्डी तक पहुँचाने में आसानी के लिए सवेष्टन की आवश्यकता होती है। यह प्रक्रिया अनिवार्य नहीं है। यदि किसान उपज को प्रमापीकरण एवं श्रेणीकरण के पश्चात् उपज बेच देता है तो इस प्रक्रिया को करने की आवश्यकता नहीं होती है। सवेष्टन होने से उपज को परिवहन के साधन पर लाने में आसानी होती है एवं नाजुक प्रकृति की फसलों को नुकसान नहीं पहुँचता है और कृषि उपज सुरक्षित रहती है। यह सवेष्टन कई प्रकार से हो सकती है। यदि फसल नाजुक प्रकृति की है तो उसे दफ्ती के डिब्बे आदि में बन्द करके, इसी प्रकार यदि टिकाऊ एवं ठोस फसल है तो उसे बोरे या बोरी में भरकर सवेष्टन किया जा सकता है। सवेष्टन हो जाने के बाद कृषि उपज का विपणन पूरा करने के लिए आगे पुनः प्रक्रिया की जाती है।

4 मण्डी या गोदाम तक पहुँचाना – कृषि उपज के सवेष्टन हो जाने के बाद कृषि विपणन की अगली प्रक्रिया परिवहन के साधन की व्यवस्था करना है एवं तैयार

उत्पाद को मण्डी या गोदाम तक पहुँचाना है। परिवहन के साधन कई प्रकार के होते हैं। परम्परागत साधन के रूप में ऊँट, खच्चर, घोड़ागाड़ी, बैलगाड़ी आदि प्रमुख हैं, जबकि आधुनिक साधनों में ट्रक, ट्रैक्टर, ट्राली तथा अन्य शक्ति से चलने वाले साधन, शामिल हैं। गाँव से मण्डी या गोदाम को जोड़ने के लिए यदि सड़क की व्यवस्था नहीं है तो वहाँ ऊँट तथा खच्चर ही उपयुक्त होंगे। इसी प्रकार गाँव से मण्डी या गोदाम को जोड़ने वाली सड़क यदि कच्ची है तो घोड़ागाड़ी, बैलगाड़ी तथा ट्रैक्टर के साधन अधिक उपयुक्त होते हैं। इसी तरह यदि सड़क पक्की है तो परिवहन का कोई भी साधन प्रयोग में लाया जा सकता है। मण्डी या गोदाम तक ले जाने वाला कृषि उत्पाद यदि बहुत कम है और दूरी भी बहुत कम है तो ऊँट एवं खच्चर या बैलगाड़ी उपयुक्त हैं तो उपयुक्त होंगे। परन्तु यदि कृषि उत्पाद अधिक है तथा दूरी भी अधिक है तो घोड़ागाड़ी या ट्रैक्टर अधिक उपयुक्त होंगे। सड़क यदि पक्की है एवं गोदाम या बाजार की दूरी बहुत अधिक है तो ट्रक साधन के रूप में अधिक उपयुक्त होगा। परिवहन का साधन कृषि उपज के स्वभाव पर भी निर्भर करता है। यदि उपज शीघ्र नाश होने वाली प्रकृति की है तो उसे मण्डी या गोदाम तक शीघ्र एवं सुरक्षित पहुँचाने वाले साधन की जरूरत पड़ेगी। अन्यथा किसी भी साधन का चुनाव सुविधानुसार किया जा सकता है। कृषि उपज के परिवहन के साधन कृषक की आर्थिक स्थिति पर भी निर्भर करता है। यदि कृषक की आर्थिक स्थिति ठीक है तो वह अपनी सुविधानुसार फसल की प्रकृति देखते हुए साधन का चुनाव कर सकता है। परन्तु यदि कृषक की आर्थिक स्थिति कमजोर है तो उसे मजबूर होकर परिवहन के परम्परागत साधनों पर ही निर्भर रहना पड़ेगा।

वर्तमान में देखा जाय तो कृषि उपज के परिवहन के साधन के रूप में परम्परागत साधन नाम मात्र के रह गये हैं। गाँव से मण्डी, गोदाम या शहर को जोड़ने वाली सड़कें प्रायः पक्की हो गयी हैं। आधुनिक परिवहन के साधन विकसित हो गये हैं। परन्तु जहाँ पर भी परम्परागत साधन हैं वहाँ पर कृषि उपज के परिवहन के साधन के रूप में वहाँ की स्थिति के अनुरूप अति आवश्यक है।

कृषि उपज के मण्डी में पहुँचने पर मण्डी के गोदाम में सम्पूर्ण कृषि उपज एक जगह रखा जाता है। यह उपज चाहे किसान द्वारा सीधे गाँव से लायी गयी हो या गोदाम तथा शीतगृह में रखने के बाद लायी गयी हो। मण्डी में उपलब्ध गोदाम में उपज को रखने के बाद वहाँ माल बेचने के लिए रखा जाता है। माल खरीदने के लिए थोक व्यापारी माल खरीदने आते हैं। अतः माल आढतिये के माध्यम से बेचा जाता है।

6 कृषि उपज का थोक व्यापार — मण्डी में कृषक की उपज आढतिये के पास बिक्री के लिए उपजब्ध रहती है। आढतिया, किसानों एवं थोक व्यापारियों दोनों के बीच मध्यस्थ का काम करता है। कभी-कभी थोक व्यापारी की तरफ से अलग से मध्यस्थ रहते हैं। जो आढतिये से सौदेबाजी करके मूल्य तय करते हैं। थोक व्यापारी आढतिये एवं फुटकर व्यापारी के बीच की कड़ी हैं। थोक व्यापारी कृषि उपज को इकट्ठा खरीद लेता है। ये थोक व्यापारी प्रायः आढतिये से मिले रहते हैं एवं कृषि उपज को यथा सम्भव कम ही कीमत देते हैं। थोक व्यापारी विपणन में कभी-कभी अनावश्यक कड़ी माना जाता है, परन्तु कुछ दशाओं में कभी-कभी विपणन में बड़ा योगदान समझा जाता है। ये थोक व्यापारी कृषि उपज को इकट्ठा खरीदकर विभिन्न फुटकर व्यापारी को उत्पत्ति जब वितरित करते हैं तो फुटकर व्यापारी एवं किसान या आढतिये का काम आसान हो जाता है।

द्वितीय सर्ग

► कृषि विपणन में सहकारी संस्थाएं

○ इतिहास

○ औचित्य

○ स्वरूप

कृषको द्वारा समस्त पहलुओ पर विचार करके उपयुक्त परिवहन व्यवस्था का चुनाव कर लिया जाता है। उपयुक्त साधन के चुनाव करने के बाद उस पर कृषि उपज को स्वयं या श्रमिकों के माध्यम से लदाई करता है या करवाता है। यदि उपज ठोस प्रकृति की है और आकार में भी बड़ी है तो उसे उसी तरह साधन पर लाद दिया जाता है। इस प्रकार यह परिवहन का साधन कृषि उपज को लेकर मण्डी या गोदाम की तरफ चल देता है। मण्डी या गोदाम पर पहुँचने पर उपज को एक निश्चित स्थान पर सुरक्षित उतार लिया जाता है। इस प्रकार कृषि उपज के विपणन में परिवहन की प्रक्रिया पूरी हो जाती है।

5 सुरक्षा के लिए उपज को गोदामों में रखना – फसल तैयार होने के बाद विभिन्न प्रक्रिया से गुजरने के बाद कृषक यदि अपनी उपज मण्डी में ले जाकर बेचता है तो उसको उसकी मेहनत का उचित प्रतिफल नहीं मिलता, कृषक को उपज को थोड़ा समय के लिए रोके रहना पड़ता है। कृषक अज्ञानता, निर्धनता या मजबूरी के कारण फसल घर पर ही इकट्ठा कर लेते हैं। इससे उनको काफी नुकसान उठाना पड़ता है। क्योंकि चूहा, दीमक, कीटाणुओं तथा सीलन द्वारा फसल को काफी नुकसान पहुँचाता है। दूसरे उचित तापमान एवं वातावरण न होने के कारण फसल सड़ने लगती है एवं उसमें सिकुड़न आ जाती है। इससे किसानों को काफी नुकसान होता है।

खून पसीने से पैदा की गयी फसल को किसान फसल को किसी भी प्रकार से हानि नहीं होने देना चाहता है। अतः उपज को पूर्णतः सुरक्षित रखने के लिए किसान पास के सुविधायुक्त गोदाम में अपनी फसल रख देता है। भण्डारण हो जाने पर किसान फसल के किसी भी सम्भावित नुकसान से निश्चिन्त होकर फसल के उचित दाम आने का इन्तजार करता है। उचित कीमत आ जाने पर किसान अपनी फसल गोदाम से जब बेचने के लिए निकालता है तो उसे फसल उसी प्रकार की मिलती है जिस रूप में वह फसल रखा था। अब किसान गोदाम से उपज मण्डी के लिए ले जाता है।

कृषि विपणन मे सहकारी सस्थाए—इतिहास

भारत विविधताओ से परिपूर्ण एक विशाल देश है। जिसकी अपनी श्रेष्ठ पुरातन सस्कृति है। यहाँ अनेकता मे एकता का दर्शन होता है। एकता और सहकारिता का भाव यहाँ की मिट्टी मे रचा बसा है। भिन्न भाषा, भिन्न वेश-भूषा, भिन्न रीति-रिवाजो के बाद भी भारत का जनमानस सास्कृतिक व भावनात्मक आधार पर एकता के सूत्र मे बँधा हुआ है। सृष्टि की रचना का आधार सहकारिता व एकता है। प्रथम मानव युग्म—मनु एव सतरूपा , आदम और हौवा , ऐडम तथा ईव इसके प्रमाण है। सहकारिता व एकता का अर्थ मात्र मिलकर काम कर लेना ही नहीं होता है। एकता तो हृदय को हृदय से जोड़ती है। एकता का अपना जीवन दर्शन है। एकता से सगठन की स्थापना होती है , और सगठन से शक्ति का उदय होता है। सहकारिता व एकता मे वर्ग, जाति, लिंग भाषा तथा क्षेत्र आदि सब गौण हो जाते हैं। “एक सबके लिए और सब एक के लिए” एकता का यही मूल भाव कार्य करता है।

भारतीय सस्कृति पुरातनकाल से सत्य, अहिंसा, प्रेम, धर्म—निष्ठा त्याग और एकता का संदेश देती आयी है। भारतीय सस्कृति मे सहयोग, सहानुभूति और समन्वय को महत्वपूर्ण स्थान दिया गया है। यह सस्कृति स्पर्धा के स्थान पर सहकारिता तथा व्यक्तिगत काम के स्थान पर सामूहिक काम का पाठ पढ़ाती है।

सहकारिता का भाव तब पुष्पित व पल्लवित होता है, जब व्यक्ति मे के स्थान पर हम का विचार करता है। एकता मनुष्य को मनुष्य के समीप लाती है। एकता से सुख—समृद्धि मे वृद्धि होती है। एकता से मानवीय मूल्यों का विकास होता है। इसलिए भारतीय सस्कृति मे एकता पर अधिक बल दिया गया है। ऋग्वेद मे कहा गया है—

‘सं गच्छध्व स वदध्व स वो मनासि जानताम्।’

(अर्थात् हम साथ साथ चले और आचरण करे , आपस में प्रेम के साथ एक दूसरे से बोले तथा हमारे मन एवं विचार समान हो।)

भारतीय सस्कृति 'बहुजन हिताय बहुजन सुखाय' के भाव को पोषित करती है। इस नीति में भारतीय सस्कृति के व्यापक दृष्टिकोण का दर्शन होता है—

सर्वे भवन्तु सुखिन सर्वे सन्तु निरामया ।

सर्वे भद्राणि पश्यन्तु मा कश्चिद् दुःख भागवतेत ॥ (ऋग्वेद)

(अर्थात् सभी सुखी हो, सभी निरोग हो, सभी परस्पर कल्याण के लिए विचार करे, किसी को कोई दुःख न हो।)

शास्त्रों में मनीषियों ने समाज की तुलना शरीर से की है। जिस प्रकार शरीर के स्वास्थ्य और संचालन के लिए सभी अंगों में एकता और समन्वय जरूरी है, उसी प्रकार समाज को शक्तिशाली और सुखी-समृद्ध बनाने के लिए समाज के सभी मनुष्यों में एकता, सद्भाव एवं सहयोग जरूरी है। ऋग्वेद तथा अथर्ववेद का साहित्य सहकारिता के भावमय उपदेशों से ओतप्रोत है। इन श्लोकों में एक निम्न प्रकार से है—

ओऽम् सहमावक्तु सहनौमुनक्तु, सहवीर्यं कवयिहै ।

तेजस्विना मधीतमस्तु, मा विद्विषामहै ॥ (ऋग्वेद)

(अर्थात् हम सब प्रत्येक कार्य में एक साथ मिलकर चले, एक साथ मिलकर काम करें, इस प्रकार हम तेज व उन्नति (यश, धन धान्य, व्यवसाय में उन्नति) प्राप्त करें तथा परस्पर द्वेष (शत्रुता) न करें।)

इसी प्रकार अथर्ववेद में सहकारी कृषि एवं सिंचाई के महत्व को व्यक्त किया गया है। अन्न एवं जल के समान वितरण तथा एक साथ मिलकर कार्य करने का विशेष जोर दिया गया है। अथर्ववेद में ही मानसिक विचारों तथा मन्त्रणा में एकता होने के लिए एक समिति या सगठन के महत्व को स्पष्ट किया गया है। प्राचीन सस्कृति में धार्मिक भावनाओं के अन्तर्गत लोगों के अभिप्रायों में, विचारों में, हृदय में एकता की भावना का महत्व प्रदान करके सहकारिता एवं सहयोग द्वारा पारस्परिक प्रेम , सद्भावना तथा मानव समाज के कल्याण तथा देश

की समृद्धि की कल्पना की गयी थी। सम्पूर्ण विश्व को एक परिवार मानकर “वसुधैव कुटुम्बकम्” की भावना पर बल दिया गया।

भारतीय संस्कृति की इस विचारधारा से प्रभावित होकर डाडवेल ने लिखा है, “भारतीय संस्कृति महासमुद्र के समान है जिसमें अनेक नदियाँ विलीन होती रही हैं।” भारत की मौलिक एकता के सम्बन्ध में ‘हरवर्ट रिजले’ का कथन है कि “भारत में भौतिक, सामाजिक दशाएँ और भाषा, रीति-रिवाज तथा धर्म की तो विभिन्नताएँ दिखाई देती हैं, उन सबके अन्तर्स्थल में एक निश्चित मौलिक एकता है जिसने हिमालय से लेकर कन्याकुमारी तक भारतीय जीवन को एक सूत्र में बाँध रखा है।” भारत की एकता के लिए स्वामी विवेकानन्द ने कहा था कि, “हम मानव जाति को वहाँ ले जाना चाहते हैं जहाँ न वेद है, न बाइबिल है, न कुरान।” वैदिक सभ्यता के उपरान्त सहकारिता का आदर्श भारतीय जीवन का एक अंग बन गया। यह जीवन दर्शन परम्परागत रीति रिवाजों में विद्यमान था। स्वावलम्बी तथा आत्म-निर्भर ग्रामीण समाज इस जीवन-दर्शन के प्रतिबिम्ब थे। सयुक्त परिवार व्यवस्था सहकारिता के मूल सिद्धान्तों-पारस्परिक सहायता तथा सामाजिक सुरक्षा-पर आधारित थी।

ब्रिटिश शासनकाल के अन्तर्गत यह पावन परम्परा नष्ट कर दी गयी और देश में प्रदेश, जाति, रूप, भाषा, लिपि आदि के आधार पर दूषित मनोभावनाओं ने जन्म लिया। स्वावलम्बी तथा आत्मनिर्भर ग्राम समाज लगभग नष्ट हो गये। कुटीर उद्योगों का विदेशी मिल-उद्योगों की स्पर्धा में जीवित रहना कठिन हो गया, और धीरे-धीरे उन्होंने दम तोड़ दिया। विदेशी शासकों ने नयी भूमि व्यवस्था के अन्तर्गत जमींदारों, जागीरदारों तथा ताल्लुकदारों के रूप में जिस नये सामाजिक वर्ग की रचना की उसने कृषकों का शोषण करना प्रारम्भ कर दिया। व्यक्तिवादी तथा भौतिकवादी विचारधारा के अन्तर्गत सयुक्त परिवार की कड़ियाँ टूटने लगी। नये-नये उद्योगों का विकास होने पर शहरीकरण की नीति अपनायी गयी। इन सबका स्पष्ट परिणाम था-सामाजिक सघर्ष, तनाव तथा प्रतिरोध।

इन समस्याओं को हल करने के लिए औद्योगिक क्षेत्रों में 'श्रमिक सघों' की स्थापना तो की गयी, परन्तु निर्धन एवं निस्सहाय कृषक वर्ग उपेक्षित रहा। उसमें न तो अपने आप को संगठित करने की क्षमता थी और न ही इच्छा। वह भाग्यवादी बन गया था। उसमें नेतृत्व का अभाव था तथा अनपढ़ एवं अज्ञानता के कारण वह बाहरी जीवनगति से अनभिज्ञ था। फलस्वरूप उसको शोषण का केन्द्र बनाया गया। उसके सामाजिक एवं आर्थिक कल्याण के लिए कोई प्रयास नहीं किये जाते थे। उसकी निर्धनता बढ़ती गयी। भूमि जीवन यापन का एकमात्र साधन बन गयी और कृषक परावलम्बी व श्रमिक बनकर रह गया।

दीर्घ विचार-विमर्श के परिणामस्वरूप यह समझा जाने लगा कि सहकारिता ही एक ऐसा का मार्ग है जिस पर चलकर देश जनता की दशा को सुधारा जा सकता है। उन दिनों यूरोप विशेषतः जर्मनी में स्थापित सहकारी साख समितियों की सफलता से प्रभावित होकर रानाडे, सर विलियम वैडरबर्न तथा सहकारिता के अन्य समर्थकों ने जर्मनी की तरह भारत में भी सहकारी साख समितियाँ स्थापित करने का प्रस्ताव रखा। इस समय लोगों की सामान्य धारणा बन गयी थी कि सहकारिता आन्दोलन के विकास द्वारा ही ग्राम समाज की तमाम कठिनाइयाँ दूर की जा सकती हैं। भारत सरकार द्वारा मिश्र में स्थापित किये गये कृषि बैंकों की कार्यप्रणाली तथा सफलता का अध्ययन करने के लिए भेजे गये विशेषज्ञों का भी यही मत था। परन्तु उस समय भारत सरकार ने इस तरफ कोई विशेष ध्यान नहीं दिया।

इस दिशा में उचित एवं महत्वपूर्ण कदम उठाने का श्रेय मद्रास की प्रान्तीय सरकार को है। उसने सन् 1892 में सरफ्रेडरिक निकल्सन को सहकारी साख के विकास की सम्भावनाओं का अनुमान लगाने के लिए नियुक्त किया। उन्होंने तीन वर्षों के गहन अध्ययन के बाद सन् 1895 में प्रस्तुत की गयी अपनी रिपोर्ट में भारतीय समाज में सहकारी साख की आवश्यकता पर विशेष जोर दिया और कहा कि भारत को अपने यहाँ 'रैफ़ेसन' जैसे लोग खोजने होंगे, जोकि देश में

सहकारिता आन्दोलन का संगठन कर सके और प्रभावी ढंग से उसका पोषण करे, तभी दशाएँ सुधर सकती हैं। उनकी रिपोर्ट के सारांश में निम्न दो शब्द थे—

‘रैफ़ेसन को खोजिए’ जिस समय सर निकल्सन सहकारी साख के विकास की सम्भावनाओं का अनुमान लगा रहे थे, उसी समय ड्यूपरनेक्स ने संयुक्त प्रान्त (उत्तर प्रदेश) में ग्रामीण बैंको की स्थापना करके उनके सम्बन्ध में कुछ महत्वपूर्ण सुझावों का उल्लेख अपनी पुस्तक ‘people’s bank for Northern India’ में किया। दोनों रिपोर्टें भारत सरकार की दृष्टि में सन् 1900 में आयीं और परिणामस्वरूप इन प्रस्तावों एवं सुझावों पर विचार करने के लिए सरकार ने सर एडवर्ड लॉ की अध्यक्षता में एक समिति नियुक्त की। यह समिति इस नतीजे पर पहुँची कि सहकारी समितियाँ प्रोत्साहन पाने एवं दीर्घकालीन परीक्षा का अवसर दिये जाने योग्य हैं। समिति की सिफारिशों के आधार पर ही एक विधेयक लाया गया जो सन् 1904 में ‘सहकारी साख समितियों का अधिनियम’ शीर्षक के नाम से पारित हुआ।

इस तरह एक अन्तराल के पश्चात् भारत में सहकारिता आन्दोलन के अन्तर्गत सहकारी संस्थाओं की स्थापना औपचारिक रूप से हो गयी। इन संस्थाओं का कृषकों के उत्थान के साथ-साथ अर्थव्यवस्था के विकास में योगदान के इतिहास का अध्ययन हम दो काल खण्डों के अन्तर्गत कर सकते हैं—

- स्वतन्त्रता के पूर्व विकास
- स्वतन्त्रता के पश्चात् विकास

स्वतन्त्रता के पूर्व विकास

स्वतन्त्रता के पूर्व सहकारी संस्थाओं के विकास का अध्ययन हम विभिन्न चरणों के अन्तर्गत कर रहे हैं। सहकारी संस्थाओं के विकास के क्रमिक चरण निम्न प्रकार हैं—

प्रथम चरण (1904 से 1912)

भारत में सन् 1904 में निर्मित सहकारी साख अधिनियम सहकारी आन्दोलन का प्रथम चरण था। महान सहकारितावादी हेनरी डब्ल्यू वॉल्फ ने इस

अधिनियम को भारत के आर्थिक एवं सामाजिक इतिहास में एक नया मोड़ कहा। सर डेनियल हैमिल्टन ने इसे गरीबी से सम्पन्नता की प्राप्ति का मार्ग कहा था। इस अधिनियम का उद्देश्य कृषको एवं कृषि से सम्बन्धित सीमित आय वाले व्यक्तियों में बचत, आत्म-सहायता तथा सहकारिता की भावना को जागृत करना था। इस प्रकार इस अधिनियम के माध्यम से गरीब कृषको की सहायता कर उन्हें सम्पन्नता की ओर अग्रसर करने का प्रयास किया गया। मूल रूप से यह अधिनियम “फ्रैण्डली सोसायटीज एक्ट” के आधार पर बना था। इस अधिनियम में कृषि साख पर विशेष बल दिया गया था।

द्वितीय चरण (1912 से 1918 तक)

सन् 1904 के सहकारी अधिनियम के दोषों को दूर करने के लिए सन् 1912 में दूसरा सहकारी अधिनियम पारित हुआ। इस चरण में कुछ सुधार किया गया एवं कुछ नये कदम उठाये गये। सुधार के अन्तर्गत ग्रामीण एवं शहरी साख समितियों का वर्गीकरण समाप्त कर उसका नाम कृषि सहकारी साख समिति रखा गया। कृषि सहकारी साख समितियों को ऋण वसूली में प्राथमिकता प्रदान की गयी जिससे समिति की पूँजी के डूबने की सम्भावना कम से कम रहे।

सहकारी आन्दोलन के इस द्वितीय चरण में सहकारी कृषि साख समितियों एवं सदस्यों की संख्या में बड़ी बढ़ोत्तरी हुई। सन् 1917-1918 के अन्त तक 23741 कृषि समितियाँ थी।¹ सर एडवर्ड मैकलेगन की अध्यक्षता में सन् 1914 में सहकारी आन्दोलन की प्रगति की जाँच के लिए एक समिति नियुक्त की गयी। इस समिति ने सहकारी आन्दोलन के विकास का तीव्र विरोध किया। समिति की राय थी, कि सहकारिता एक स्वप्रेरित आन्दोलन है, इसे बाहरी अधिकारियों के प्रचार द्वारा बढ़ाना अनुचित है।

गठित समिति ने लालफीताशाही, भाई-भतीजावाद और स्वार्थ की भावना को ही सहकारी विकास में सबसे बड़ी बाधा बताया। इन समितियों में ऋण वितरण में भी पक्षपात किया जाता है। कृषक इन सहकारी समितियों को सरकारी

¹ माथूर, बी०एस०, सहकारिता, साहित्य भवन, आगरा, पृ०-76

बैंक ही समझती है। यह विचार सहकारी विकाय में सबसे बड़ी बाधा है। इन कारणों से सहकारिता आन्दोलन की लोकप्रियता में कमी आयी।

तृतीय चरण (1919 से 1929 तक)

प्रथम विश्व युद्ध के पश्चात सन् 1919 में मॉण्टेग्यू चेम्सफोर्ड के सुधारों को लागू करने वाले अधिनियम के फलस्वरूप सहकारिता का विषय प्रान्तीय सरकारों के अधीन आ गया और इसके प्रशासन का भार एक मन्त्री को सुपुर्द कर दिया। सहकारिता आन्दोलन में यह दूसरा महत्वपूर्ण मोड़ था। प्रथम विश्व युद्ध के बाद आर्थिक सम्पन्नता तथा बढ़ते हुए मूल्य के कारण इस आन्दोलन ने पर्याप्त प्रगति की। इन प्रान्तीय सरकारों ने 1912 के अधिनियम में संशोधन किया। मुम्बई इस दिशा में अग्रणी था। उसने 1925 में सहकारी समिति अधिनियम बनाया। इसके बाद चेन्नई, बिहार, उड़ीसा तथा बंगाल की प्रान्तीय सरकारों ने भी नये सहकारी समिति अधिनियम पास किये। इन प्रान्तीय अधिनियमों के पास हो जाने के बाद सहकारी आन्दोलन का और तेजी से विकास होने लगा। कृषि साख समितियों की संख्या व सदस्यता तीन गुनी हो गयी, जबकी उनकी कार्यशील पूँजी चौगुनी हो गयी। तीसरे चरण में सहकारिता के प्रचार प्रसार का मूल्यांकन करने तथा महत्वपूर्ण सुझाव देने के लिए शाही कृषि आयोग तथा अन्य समितियों ने काम किया। शाही कृषि आयोग ने सहकारी समितियों की प्रशंसा करते हुए कहा था कि “इन समितियों पर ही ‘ग्रामीण भारत का सुन्दर भविष्य’ निर्भर है।”

यद्यपि इस काल में सहकारी आन्दोलन में काफी प्रगति हुई फिर भी कुछ कमियाँ पायी गयीं। इन समितियों ने सहकारिता के सिद्धान्तों को ध्यान में रखे बिना लापरवाही से ऋण दिया जिसके परिणामस्वरूप ऋण की अवधि बीत जाने पर भी ऋण की वसूली नहीं हो पायी।

चतुर्थ चरण (1930—1938 तक)

इस अवधि में महान आर्थिक मन्दी के कारण कृषि वस्तुओं के मूल्य में भारी गिरावट हुई जिससे कृषकों की आर्थिक स्थिति बहुत खराब हो गयी।

परिणामस्वरूप वे समितियों से प्राप्त ऋण को न चुका सके। अतः उनकी बकाया राशि बहुत बढ़ती गयी इस प्रकार कृषि समितियाँ पतन की ओर अग्रसर होने लगी। इस समय बन्धक रखी गयी भूमि को बेचकर भी ऋण वसूल करना कठिन था, क्योंकि भूमि की कीमत गिर गयी थी। इस समय कृषक भूमि को बन्धक रखकर ऋण लेने में अधिक उत्सुक थे। इससे भूमि बन्धक बैंको की स्थापना हुई। कृषि साख समस्याओं पर अध्ययन करने के लिए विशेषज्ञों का एक दल गठित किया गया। इस दल ने बहुउद्देशीय सहकारी समिति की स्थापना का सुझाव दिया।

महान आर्थिक मन्दी के कारण पड़ने वाले प्रभावों का अध्ययन करने के लिए अनेक समितियों का गठन किया गया जिससे आन्दोलन की वास्तविकता का पता लगाया जा सके। इस सम्बन्ध में कृषि शाही आयोग ने गहन अध्ययन करने के बाद अपने विचार प्रकट किये कि “ यदि सहकारिता विफल हुई तो ग्रामीण भारत की सर्वोत्तम आशा समाप्त हो जायेगी।” आर्थिक मन्दी के फलस्वरूप सहकारी समितियों की संख्या में कमी आयी। परन्तु सतत प्रयासों के फलस्वरूप सहकारी संस्थाएँ फिर प्रगति की ओर अग्रसर होने लगी। इस काल में समितियों की संख्या में 24 प्रतिशत, सदस्यता में 39 प्रतिशत तथा कार्यशील पूँजी में 40 प्रतिशत की वृद्धि हुई।¹

पंचम चरण (1939 से 1947 तक)

सहकारी आन्दोलन का पाँचवाँ चरण इस आन्दोलन का प्रगति काल था। द्वितीय विश्व युद्ध प्रारम्भ होते ही वस्तु के मूल्य में वृद्धि होने लगी परिणामस्वरूप कृषकों की आर्थिक स्थिति सुधरने लगी। कृषकों के ऋण चुकाने की क्षमता बढ़ गयी और वे समितियों के पुराने ऋण चुकाने लगे। जिससे समितियों के पास पर्याप्त कोष जमा हो गये। द्वितीय विश्वयुद्ध में आर्थिक तेजी की स्थिति उत्पन्न होने से मूल्यों में काफी उतार चढ़ाव आया। इसको नियन्त्रित करने के लिए सरकार ने राशनिंग व मूल्य नियन्त्रण की नीति अपनायी। चोर बाजारी व मिलावट

¹ गुप्ता बी०पी०, सहकारिता के सिद्धान्त एवं व्यवहार, रमेश बुक डिपो, पृ०-63

आदि को नियन्त्रित करने के लिए सहकारी उपभोक्ता भण्डारों की स्थापना की गयी जो जनता को उचित मूल्य पर शुद्ध वस्तुएं उपलब्ध करवाते थे।

सन् 1945 में श्री आर० जी० सरैया की अध्यक्षता में एक समिति का गठन किया गया, जिसका कार्य सहकारी विकास के लिए योजना बनाना था। इस समिति को 'सहकारी योजना समिति' का नाम दिया गया। समिति की राय थी कि "सहकारिता को केवल साख से सम्बन्धित न होकर कृषकों के सम्पूर्ण जीवन से सम्बन्धित होना चाहिए। ऐसा होना तभी सम्भव है, जब प्राथमिक समितियाँ सभी तरह के कार्य करें, जिससे कृषकों की समस्त आवश्यकताओं की पूर्ति हो सके।"¹

सन् 1945 में सहकारी योजना समिति ने यह सुझाव दिया था कि "आगामी दस वर्षों में कुल वार्षिक बिक्री योग्य अतिरिक्त के 25 प्रतिशत भाग की बिक्री सहकारी संगठन द्वारा की जानी चाहिए। इस उद्देश्य की पूर्ति के लिए समिति ने देश को 2000 नियमित मण्डियों में एक एक सहकारी समिति स्थापित करने का सुझाव दिया था, जिससे प्रत्येक समिति सामूहिक रूप से कम से कम 200 गाँवों में एक वर्ग की सेवा कर सके।"² प्रत्येक समिति कृषि उपज के एकत्रीकरण, वर्गीकरण, विधिकरण तथा किसानों के हित में उनके विक्रय आदि की व्यवस्था करती थी। समिति ने सहकारी साख तथा सहकारी वितरण व्यवस्थाओं में एक प्रभावकारी समन्वय स्थापित करने पर भी विशेष जोर दिया। समिति का सुझाव यह था कि "पहले पाँच वर्षों तक सरकार को चाहिए कि वह इन समितियों को आर्थिक सहायता दे जिससे वे अपने प्रबन्ध व्यय की पूर्ति कर सकें।"³ परन्तु इन सुझावों को कार्यान्वित करने के लिए सरकार द्वारा कोई भी योजनाबद्ध नीति नहीं अपनायी गयी।

योजनाकाल से पूर्व में सहकारी आन्दोलन का बहुमुखी विकास नहीं हो सका। सहकारिता आन्दोलन मुख्यतः साख आन्दोलन तक ही सीमित रह गया।

¹ गुप्ता, बी०पी०, *सहकारिता के सिद्धान्त एवं व्यवहार*, रमेश बुक डिपो, जयपुर, पृ० 210।

² माथुर, बी०एस०, *सहकारिता, साहित्य भवन, आगरा*, पृ० 272।

³ तदैव।

उचित नियोजन के अभाव में सभी प्रान्तों में सहकारी संस्थाओं का समान रूप से विकास नहीं हो पाया। यह आन्दोलन स्वाभाविक रूप से विकसित नहीं हुआ बल्कि सरकार द्वारा प्रेरित अथवा सरकारी नीति के रूप में विकसित हुआ। परिणामस्वरूप जनता के मन में इसके प्रति श्रद्धा नहीं रही।

स्वतन्त्रता के पश्चात् विकास

सन् 1947 में भारत को स्वतन्त्रता मिली परन्तु इसके साथ ही देश का विभाजन हो गया। देश का विभाजन होने से स्वतन्त्र भारत में अनेक सामाजिक एवं आर्थिक समस्याएँ उत्पन्न हो गयीं। इन समस्याओं का प्रभाव सहकारी आन्दोलन पर भी पड़ा परिणामस्वरूप सहकारी संस्थाओं की संख्या भी कम हो गयी।

स्वतन्त्रता प्राप्ति के पश्चात् देश ने अपने संविधान को अंगीकृत कर 'कल्याणकारी राज्य' की स्थापना का पुनीत संकल्प किया इसके लिए यह आवश्यक था कि देश का सामाजिक व आर्थिक विकास किया जाये, उस समय देश के तत्कालीन अवसरों में इस लक्ष्य की प्राप्ति के लिए नियोजन का रास्ता अपनाया। लोकतन्त्र पर आधारित नियोजन की सफलता सहकारी आन्दोलन को पर्याप्त प्रोत्साहन के द्वारा ही सम्भव थी। अतः सहकारिता आन्दोलन का क्रमबद्धता के साथ विकास करना हमारे जनतन्त्रात्मक नियोजन का एक अभिन्न अंग बन गया। उस समय सहकारी नियोजन समिति ने कहा था—“ सहकारी समिति को जनतन्त्रात्मक आर्थिक नियोजन के लिए एक सबसे उपयुक्त माध्यम के रूप में महत्वपूर्ण भूमिका निभानी होगी। यह एक ऐसी स्थानीय इकाई है जो कि योजना के पक्ष में जनमत को शिक्षित करने और योजना को कार्यान्वित करने की दोहरी जिम्मेदारी उठा सकती है।”¹ अतः सन् 1951 में जब नियोजित अर्थव्यवस्था का काल प्रथम पंचवर्षीय योजना को चालू करने से प्रारम्भ हुआ, तब सहकारी आन्दोलन ने एक नये युग में प्रवेश किया। स्वतन्त्रता के पश्चात् सहकारी विपणन संस्थाओं के विकास का इतिहास पंचवर्षीय योजनाओं के अन्तर्गत क्रमवार अग्रलिखित है—

¹ सहकारिता योजना समिति की रिपोर्ट, 1946।

प्रथम पंचवर्षीय योजना

प्रथम पंचवर्षीय योजना अवधि 1950-51 से 1955-56 तक थी। प्रथम योजना काल में सहकारी आन्दोलन के विकास को पर्याप्त महत्व दिया गया। सहकारी विपणन का प्रोत्साहन देने के लिए कुछ लक्ष्य निर्धारित किये गये थे, लेकिन वे पूरे नहीं हो सके थे। 1950-51 में सहकारी समितियों द्वारा 47 करोड़ रुपये मूल्य की कृषि वस्तुओं का विपणन किया गया, जो 1955-56 में बढ़कर 53 करोड़ रुपये हो गया। इस प्रकार प्रथम योजना में सहकारी विपणन के क्षेत्र में विशेष प्रगति नहीं हो सका। इस सम्बन्ध में दाँतवाला समिति, का विचार था कि, “प्रथम योजना की अधिकांश अवधि में सहकारी विपणन अधिकतर उपेक्षित क्षेत्र ही बना रहा।”

सहकारी साख की जाँच करने के लिए नियुक्त समिति ने भी कुछ इसी प्रकार के विचार व्यक्त किये, “ प्रथम योजना की अवधि में सहकारी विपणन के विस्तार के लिए कोई विशेष प्रयत्न नहीं किये गये।”¹

द्वितीय पंचवर्षीय योजना

द्वितीय योजना काल में सहकारी विपणन के विकास पर विशेष बल दिया गया। इस सम्बन्ध में यह निश्चित किया गया कि द्वितीय योजना के अन्त तक महत्वपूर्ण मण्डियों में 1800 प्राथमिक विपणन समितियाँ स्थापित की जायेगी। इन समितियों के कार्यों में समन्वय स्थापित करने के लिए प्रत्येक राज्य में एक केन्द्रीय तथा सघीय सस्था के रूप में एक शीर्ष समिति स्थापित करने पर भी विचार किया गया। सरकारी वित्तीय सहायता के सम्बन्ध में यह निश्चय किया गया कि—(1) सरकार समिति की अशर्पूजी में योगदान देगी, तथा (2) प्रारम्भिक वर्षों में विपणन तथा विधायन समितियों के प्रबन्ध व्ययों की पूर्ति करने के लिए सरकार आर्थिक सहायता प्रदान करेगी।

द्वितीय योजना काल में 1869 प्राथमिक समितियाँ स्थापित तथा पुनर्गठित की गयी एवं ग्रामीण स्तर पर 4170 गोदामों का निर्माण किया गया। जम्मू

¹ माथुर, बी०एस०, *सहकारिता*, साहित्य भवन, आगरा, पृ० 272।

कश्मीर को छोड़कर सभी राज्यों में शीर्ष समितियाँ भी स्थापित कर दी गयीं। अन्तर-राज्यीय व्यापार बढ़ाने, शीर्ष विपणन समितियों के कार्यों को समन्वित करने तथा उन्हें विपणन (बाजार) सम्बन्धी सूचना प्रदान करने के लिए 'राष्ट्रीय कृषि सहकारी विपणन संघ' भी स्थापित किया गया। दूसरी योजना के अन्त में 24 शीर्ष, 171 केन्द्रीय तथा 3108 प्राथमिक विपणन समितियाँ थीं। योजना के अन्त में समितियों द्वारा 174 करोड़ रुपये मूल्य की कृषि उपज का व्यवसाय किया गया।¹ यद्यपि अपने आप में व्यवसायिक दृष्टि से इस बिक्री को सन्तोषजनक कहा जा सकता है, फिर भी यह प्रगति आशानुकूल नहीं थी। इसका प्रमुख कारण यह था कि समितियों के कुल व्यवसाय में 50 प्रतिशत व्यवसाय गन्नों की बिक्री से ही सम्बन्धित थी। इस सम्बन्ध में दौतवाला समिति का यह विचार था कि, "यदि 174 करोड़ रुपये मूल्य की कुल बिक्री पर भी विचार किया जाय तो यही कहा जायेगा कि देश में कृषि उपज की कुल बिक्री में सहकारी समितियों द्वारा की गयी बिक्री नगण्य थी।" वास्तव में, इस योजनाकाल में सहकारी विपणन ने पूरी तरह कृषि उपज के विपणन को प्रभावित नहीं किया।

तृतीय पंचवर्षीय योजना

इस योजना के अन्तर्गत ग्रामीण साख को वितरित करने के लिए बनाये गये कार्यक्रम में सहकारी विपणन के विकास को विशेष महत्व दिया गया। इस क्षेत्र का रुपये रुपये विकास केवल वॉछनीय ही नहीं था, बल्कि सहकारी साख के विस्तार तथा कृषि उत्पादन में वृद्धि करने के लिए इस दिशा में सक्रिय कदम उठाना बहुत ही आवश्यक था। इस सम्बन्ध में यह निश्चित किया गया कि तृतीय योजनाकाल में सहकारी विपणन व्यवस्था को मजबूत बनाया जायेगा तथा नये क्षेत्र में ऐसी समितियों को स्थापित करने के लिए प्राथमिकता प्रदान की जाएगी। इस योजना के अन्त तक 544 नयी विपणन समितियों को स्थापित करने का लक्ष्य निर्धारित किया गया। यह भी लक्ष्य रखा गया कि योजना के अन्तिम वर्ष में

¹ माथुर बी०एस०, *सहकारिता*, साहित्य भवन, आगरा, पृ०-273.

सहकारी विपणन समितियों द्वारा 360 करोड़ रुपये मूल्य की कृषि उपज का विक्रय किया जायेगा। इस प्रकार विगत योजना की अपेक्षा बिक्री लगभग दूनी हो जायेगी।

इस योजना में सहकारी विपणन व्यवस्था का विकास करने के लिए निर्धारित अन्य लक्ष्य इस प्रकार थे—(1) 544 नयी विपणन समितियों की स्थापना (2) कृषि उपज की बिक्री की मात्रा में दुगुनी वृद्धि अर्थात् 360 करोड़ रुपये की बिक्री, (3) गोदामों के निर्माण के लिए ऋण तथा आर्थिक सहायता, (4) शीत-संग्रहालयों के निर्माण के लिए ऋण तथा आर्थिक सहायता (5) समितियों की पूँजी में सरकार का योगदान (6) 980 अतिरिक्त गोदामों की स्थापना (7) प्रबन्ध व्यय तथा (8) वस्तुओं का वर्गीकरण करने वाली इकाईयों स्थापित करने के लिए आर्थिक सहायता के रूप में आवश्यक वित्तीय सहायता देने की भी व्यवस्था की गयी।¹ तृतीय योजना के अन्तर्गत 442 ऐसी अतिरिक्त प्राथमिक समितियाँ स्थापित की गयीं जिनमें सरकार या राज्य भी भागीदार था। इस प्रकार 1966 के जून तक राज्य की साझेदारी में स्थापित समितियों की संख्या 2321 थी। इनके अतिरिक्त उस समय तक योजना कार्यक्रम के बाहर 900 विपणन समितियाँ स्थापित की जा चुकी थी। समस्त समितियों ने 310 करोड़ रुपये की कृषि उपज का विपणन किया। तृतीय योजना के दौरान सहकारी विपणन समितियों की स्थिति का विवरण निम्नलिखित तालिका संख्या 21 के माध्यम से दर्शाया जा रहा है—

¹ माथुर बी०एस०, *सहकारिता*, साहित्य भवन, आगरा, पृ०—273

तालिका सख्या - 2 1

तृतीय योजनाकाल मे सहकारी विपणन सस्थाओ की स्थिति

समितियों के प्रकार	1960-61			1965-66		
	सख्या	सदस्यता (लाख मे)	विक्रय (करोड रुपये मे)	सख्या	सदस्यता	विक्रय (करोड रुपये मे)
1 सर्वोच्च विपणन समितियों	24	0 05	42 9	29	0.07	154 68
2 जिला विपणन समितियों	71	0 16	31 27	155	0.82	80 78
3 प्राथमिक विपणन समितियों	3108	14 77	88 72	3148	22 80	309 66

(स्रोत-कुम्भट, जे0आर0 एव अग्रवाल, जी0सी0-विपणन प्रबन्धन, किताब महल-पृ0-530)

चतुर्थ पचवर्षीय योजना

इस योजनाकाल मे सहकारी विपणन समितियों के लिए निम्नलिखित लक्ष्य निर्धारित किये गये

- ▶ वर्तमान विपणन ढाँचे को विशेषकर प्राथमिक स्तर पर मजबूत बनाने के लिए आवश्यक उपाय किये जायेंगे।
- ▶ राज्य तथा राष्ट्रीय स्तर पर शीर्ष सघो को इस प्रकार मजबूत बनाया जायेगा कि आदर्श कुशलता प्राप्त कर सके।
- ▶ अधिक से अधिक विपणन समितियों मे वस्तुओ के श्रेणीयन, संग्रहण तथा अन्य तकनीकी विधियों की शुरुआत की जाएगी।
- ▶ विछले वर्षों मे वस्तुओ के श्रेणीयन तथा वर्गीकरण करने के लिए आवश्यक उपकरणो तथा कर्मचारियो से युक्त इकाईयाँ स्थापित करने का जो कार्यक्रम प्रारम्भ किया जा चुका है, उसे चालू रखा जायेगा।
- ▶ मूल्य उतार चढाव कोष रखने की योजना, जो समितियों को वस्तुओ को खरीदने मे सहायक होती है, चालू कि जायेगी।

चौथी योजना के प्रारम्भिक वर्षों में सहकारी विपणन ने कोई उल्लेखनीय प्रगति नहीं की किन्तु बाद के वर्षों में कृषि उपज के सहकारी विपणन में तेजी से वृद्धि हुई। कृषि उपज के विक्रय 900 करोड़ रुपये के लक्ष्य को पार कर लिया तथा सहकारी विपणन समितियों द्वारा कृषि उपज की बिक्री 1973-74 में 1110 करोड़ रुपये तक पहुँच गयी।¹ किन्तु सहकारी समितियों की भण्डारण क्षमता 46 मि०मी० टन के लक्ष्य के विरुद्ध 41 मि०मी० टन तक ही बढ़ाई जा सकी। तेज प्रगति के बावजूद अन्तर्राज्यीय विषमताएँ बनी रही।

पाँचवी पंचवर्षीय योजना

पाँचवी पंचवर्षीय योजना में वर्तमान सहकारी समितियों को मजबूत बनाने के लिए विशेष कदम उठाये गये। इस योजनाकाल में कुल 100 नयी प्राथमिक विपणन समितियाँ बनाने का लक्ष्य रखा गया। अनुमान लगाया गया कि योजना के अन्तिम वर्ष में ये समितियाँ 1900 करोड़ रुपये के कृषि माल का व्यापार करेगी। यह भी अनुमान लगाया गया कि ये समितियाँ 80 करोड़ रुपये के मूल्य का अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार तथा 15 करोड़ रुपये के निर्यात व्यापार करने में सफल होगी। इसी प्रकार सहकारी भण्डारण क्षमता 68 मि०मी० टन तक पहुँच जाने का लक्ष्य रखा गया।

वर्ष 1977-78 के अन्त तक 3592 प्राथमिक विपणन समितियाँ विद्यमान थी, जिनमें से 2866 सामान्य उद्देश्य हेतु तथा 726 विशिष्ट वस्तुओं के विपणन हेतु कार्य कर रही थी। इन समितियों की सदस्य संख्या 3929 लाख थी। इनकी कुल कार्यशील पूँजी 357 करोड़ रुपये थी। 1977-78 में सहकारी संस्थाओं ने 969 करोड़ रुपये के मूल्य के कृषि उत्पाद का विपणन किया, जो 1979-80 में बढ़कर 1750 करोड़ रुपये हो गया। इन उत्पादों में गन्ना, खाद्यान्न तथा कपास प्रमुख थे। इस बिक्री में पंजाब, हरियाणा, केरल, मध्य प्रदेश और उत्तर प्रदेश का बहुत बड़ा हिस्सा था।

पाँचवी पंचवर्षीय योजना के आरम्भ में सहकारी रूप से अविकसित राज्यों में सहकारी विपणन, सहकारी विधायन, सहकारी संग्रहण एवं सहकारी पूर्ति

¹ माथुर, बी०एस०, *सहकारिता*, साहित्य भवन, आगरा, पृ०-274।

के विकास हेतु एक केन्द्रीय क्षेत्र योजना लागू की गयी । इस योजना के अन्तर्गत राष्ट्रीय सहकारी विकास निगम ने चुनिन्दा सहकारी सस्थाओं की अशपूँजी के आधार को सुदृढ़ करने में राज्य सरकारों को सहायता दी। इस योजना का प्रमुख उद्देश्य ग्रामीण क्षेत्रों में कृषि उत्पादों, उर्वरक एवं उपभोक्ता वस्तुओं के व्यापार एवं वितरण व्यवस्था के सुधार एवं विकास हेतु सहकारी सस्थाओं को मजबूत बनाना था। 1977-78 के अन्त तक विभिन्न राज्य सरकारों को 726 लाख रुपये की राशि दी गयी। यह सहायता 227 सहकारी विपणन समितियों के अशपूँजी आधार को मजबूत करने के लिए दी गयी थी। इसके अलावा 78 सहकारी विपणन समितियों को परिवहन साधन खरीदने के लिए 6272 लाख रुपये की सहायता भी दी गयी। वर्ष 1975-76 से 1977-78 के दौरान राष्ट्रीय सहकारी विकास निगम ने राज्यस्तरीय विपणन संघों को इनकी गतिविधियों का विस्तार करने के लिए पर्याप्त मात्रा में वित्त देने की योजना के अन्तर्गत 584 करोड़ रुपये की सहायता राज्य सरकारों को दी।

छठी पंचवर्षीय योजना

इस पंचवर्षीय योजना में सहकारी सस्थाओं के विकास हेतु निम्न कदम उठाने की बात कही गयी थी—

- प्राथमिक समितियों को मजबूत किया जायेगा, जिससे कि वे प्रभावकारी ढंग से बहुउद्देश्यीय इकाइयों के रूप में अपने सदस्यों की विभिन्न आवश्यकताओं की पूर्ति कर सकें।
- वर्तमान सहकारी नीतियों व तरीकों का पुनः परीक्षण किया जायेगा जिससे कि वे प्रभावकारी ढंग से ग्रामीण कृषकों की आर्थिक स्थिति सुधारने में अधिक अच्छे तरीकों से योगदान दे सकें।
- शीर्ष सस्थाओं का पुनर्स्थापन व संघनन किया जायेगा जिससे कि वे सगठित होकर विपणन लक्ष्य को प्राप्त कर सकें।
- भण्डारण क्षमता में वृद्धि किया जाय।

वर्ष 1984-85 में सहकारी विपणन समितियों ने 3032 करोड़ रुपये मूल्य का कृषि उपज की बिक्री की जो 1985-86 में 3400 करोड़ रुपये का अनुमान

लगाया गया। 1984-85 में सहकारी विपणन समितियों ने 10486 करोड़ रुपये मूल्य के फल एवं सब्जियों तथा 155 करोड़ रुपये मूल्य की बागानी फसलों का विपणन किया। वर्ष 1984-85 में नाफेड ने 13982 करोड़ रुपये का कारोबार किया। इसी वर्ष नाफेड द्वारा 8867 करोड़ रुपये का निर्यात किया गया जो पिछले वर्ष की तुलना में डेढ़ गुना था। 1984-85 में सहकारी विपणन समितियों की भण्डारण क्षमता भी बढ़कर 80 लाख टन हो गयी। इसी वर्ष 748 लाख टन क्षमता के 185 शीतगृह हो गये।

सातवीं पंचवर्षीय योजना

इस पंचवर्षीय योजना में प्राथमिक विपणन समितियों को सुदृढ़ करने के कार्यक्रम का विस्तार करने का निश्चय किया गया। यह भी निर्धारित किया गया कि सहकारी विपणन समितियाँ सरकार के वसूली कार्यक्रमों में महत्वपूर्ण योगदान देगी। इस योजना में सहकारी भण्डारगृहों की संख्या एवं भण्डारण क्षमता भी बढ़ाने का लक्ष्य रखा गया। सातवीं योजना के अन्तिम वर्ष तक सहकारी विपणन समितियों ने छठवीं पंचवर्षीय योजना के 3032 करोड़ रुपये से बढ़कर लगभग 5000 करोड़ रुपये की कृषि उपज का विपणन किया। इस प्रकार इस योजना में 250 शीत गृहों के निर्माण का लक्ष्य बनाया गया, तथा गोदामों की क्षमता को बढ़ाकर एक करोड़ मैट्रिक टन रखा गया।

आठवीं पंचवर्षीय योजना

1990-91 में देश में सहकारी विपणन ढाँचे में लगभग 6460 सहकारी विपणन संस्थाएँ कार्यरत थीं। मार्च 1995 में नियंत्रित मण्डियों की संख्या बढ़कर 6836 हो गयी है। राज्य स्तर पर 29 शीर्ष सहकारी विपणन संघ कार्यरत हैं। 1993-94 में सहकारी विपणन संस्थाओं द्वारा 7500 करोड़ रुपये के कृषि उत्पादों का विपणन किया गया। सहकारी विपणन समितियों द्वारा 1992-93 में 2608 करोड़ रुपये के मूल्य के खाद का वितरण किया गया। इसी प्रकार विपणन समितियों ने वर्ष 1992-93 में 5075 करोड़ रुपये की मूल्य उपभोक्ता वस्तुओं का विपणन किया। इसी प्रकार विपणन समितियों में भण्डारण क्षमता बढ़कर 136 लाख मैट्रिक टन हो गयी।

मार्च 1997 तक शीतागारों की संख्या बढ़कर 3253 हो गयी तथा क्षमता 87 34 लाख टन हो गयी। 1996-97 में 236 कोल्ड स्टोरेज थे। जिनकी क्षमता 6 76 लाख टन थी। 1996-97 में 290 ग्रामीण गोदामों तथा 97 बाजार गोदामों का निर्माण किया गया जिनकी क्षमता एक लाख टन थी। इनके निर्माण पर 1104 लाख रुपये व्यय करने का प्रावधान था।

नवी पंचवर्षीय योजना

भारत की नवी पंचवर्षीय योजना की अवधि 1 अप्रैल 1997 से 31 मार्च 2002 तक है। नवी योजना के अन्तर्गत कृषि क्षेत्र की प्राथमिकता यह है कि “देश को खाद्यान्नों में आत्म-निर्भरता प्राप्त करना।” आत्मनिर्भरता प्राप्त करने के लिए कृषि में उत्पादन बढ़ाना होगा तथा कृषि विकास दर को ऊँचा उठाना होगा, ताकि खराब मानसून वाले वर्षों में भी भारी मात्रा में खाद्यान्नों के आयात से बचा जा सके।

नवी योजना में स्वीकार किया गया कि, “कृषि हमें सबसे ज्यादा संख्या में आजीविका प्रदान करती है यह क्षेत्र उन्नत आय स्तरों, रोजगार वृद्धि और क्षेत्रीय असमानताओं को दूर करने की एक सर्वोत्तम गारण्टी है। हमारी विकास नीति में इस क्षेत्र पर विशेष ध्यान दिया जाना चाहिए, जिसके लिए निजी प्रयास और सरकारी समर्थन दोनों की ही विशेष रूप से जरूरत है। आर्थिक उदारीकरण से कृषि को उतना लाभ नहीं मिला जितना कि मिलना चाहिए था क्योंकि कृषि पर अत्याधिक प्रतिबंध एवं नियन्त्रण है।”¹ इस बात को दृष्टि में रखते हुए कृषि की विकास दर को नवी योजना में 3.9 प्रतिशत करने का लक्ष्य रखा गया है।

कृषि विकास को अधिकतम करने के लिए विपणन व्यवस्था को भी अधिकतम करना होगा। अतः कृषि विपणन व्यवस्था पर विशेष ध्यान दिया गया है। कृषि विपणन की शीर्ष राष्ट्रीय संस्था ‘राष्ट्रीय कृषि सहकारी विपणन संघ’ ने नवी योजना के प्रथम वर्ष के अन्त तक 20212 करोड़ रुपये मूल्य के कृषि उत्पादों का क्रय किया एवं 3339 करोड़ रुपये मूल्य के कृषि उत्पादों का निर्यात किया।²

¹ मिश्र, जे०पी०— *भारतीय अर्थव्यवस्था*, मिश्रा ट्रेडिंग, कारपोरेशन, वाराणसी, पृष्ठ-510।

² गुप्ता, बी०पी०, *सहकारिता के सिद्धान्त एवं व्यवहार*, रमेश बुक डिपो, जयपुर, पृष्ठ-213।

राज्य स्तर पर स्थापित 27 राज्य सहकारी विपणन समितियाँ नवी योजना के आरम्भ में थी। इन समितियों द्वारा नवी योजना के प्रथम वर्ष के अन्त तक 2443 करोड़ रुपये मूल्य के कृषि उपजों का विपणन किया। साथ ही साथ कृषि साधनों की 1991 करोड़ की आपूर्ति की गयी एवं 278 करोड़ रुपये मूल्य के उपभोक्ता वस्तुओं के समान का वितरण किया गया।¹

माध्यमिक स्तर पर कुछ राज्यों में स्थापित समितियाँ बहुत महत्वपूर्ण कार्य कर रही हैं, क्योंकि से समितियाँ ऐसे स्थानों पर भी स्थापित हुई हैं, जहाँ मण्डी या बाजार केन्द्र नहीं हैं। इन समितियों द्वारा नवी योजना के प्रथम वर्ष का अन्त तक 2197 करोड़ रुपये की कृषि उपज एवं 845 करोड़ रुपये मूल्य के कृषि साधनों और उपभोक्ता माल के विक्रय किया।²

नवी योजना के प्रथम वर्ष के अन्त तक जिला खण्ड या तालुका के सदर स्थान पर स्थापित 5701 प्राथमिक विपणन समितियाँ थी। इनमें से 3000 समितियों ने वास्तव में विपणन व्यवसाय किया। इन 3000 विपणन समितियों में से 1300 विपणन समितियों ने 12 लाख रुपये या इससे अधिक का व्यवसाय किया। 600 विपणन समितियों ने 150 लाख रुपये से कम मूल्य की कृषि उपज का व्यवसाय किया।

नवी योजना के अन्तर्गत प्रथम वर्ष की समाप्ति पर इन विपणन समितियों द्वारा 2280 करोड़ रुपये मूल्य के कृषि उपज का विपणन किया गया। इसी वर्ष कृषि साधनों की आपूर्ति का मूल्य 1300 रुपये व उपभोक्ता वस्तुओं के विपणन का मूल्य 1250 करोड़ रुपये था। इस अवधि में इन विपणन समितियों द्वारा कृषकों को उनकी उपज पर 1300 करोड़ रुपये बन्धक ऋण के रूप में वितरित किये। इस समय तक कुल बकाया ऋण 380 करोड़ रुपये था एवं अतिदेय की राशि 65 करोड़ रुपये थी। इन विपणन समितियों द्वारा इस अवधि में 62 लाख टन उर्वरक का

¹ माथुर, बी०एस०, *सहकारिता*, साहित्य भवन, आगरा, पृ०-278।

² तदैव, पृ० 280-81।

वितरण किया गया एव विभिन्न सहकारी सस्थाओ के सहयोग से इन समितियो द्वारा स्थापित गोदामो की सख्या 7000 तक पहुँच गयी, जिनकी भण्डारण क्षमता 26 42 लाख मीट्रिक टन थी।

कृषि विपणन में सहकारी संस्थाएँ—औचित्य

भारतीय सहकारिता आन्दोलन के उद्भव एवं विकास का इतिहास अत्यन्त रोचक है। इसका प्रारम्भ उन कारणों पर प्रकाश डालता है जिनके परिणामस्वरूप देश आर्थिक निष्क्रियता के दौर से गुजर रहा था। इसके विकास के क्रम से उन सुधारों की श्रृंखला का ज्ञान प्राप्त होता है जिसके द्वारा राज्य तथा केन्द्रीय सरकारों ने निर्धन व्यक्तियों में सहकारिता की भावना का उदय करके अपनी सदस्यता आप करने के लिए उचित प्रोत्साहन प्रदान किया था। यह कहना भी असंगत नहीं होगा कि सहकारिता आन्दोलन निर्धनता, शोषण, और अन्याय के विरुद्ध सामाजिक प्रतिक्रिया का प्रतीक रहा है। निर्धनता एवं शोषण पूँजीपतियों की देन है, उसका उपचार सहकारिता से ही सम्भव है। औद्योगिक क्रान्ति के फलस्वरूप पूँजीवाद का प्रसार होने पर शोषित कृषक की सुरक्षा के लिए ही सहकारिता आन्दोलन का उद्भव एवं विकास हुआ था।

उन्नीसवीं शताब्दी में भारत में थी अंग्रेजी राज्य स्थापित होने के बाद परम्परावादी छिन्न भिन्न हो गयी थी। ब्रिटिश सरकार ने कृषि अर्थव्यवस्था को सुचारु रूप से चलाने तथा भूमि-कर सुगमता से प्राप्त करने के लिए जमींदारी प्रथा प्रारम्भ की इस नयी व्यवस्था में किसानों की आर्थिक दशा और दयनीय हो गयी। जमींदारों के इस नये सामाजिक वर्ग ने लगान वसूल करने में किसानों का मन माना शोषण किया।

जबकी एक तरफ जमींदार वर्ग दरिद्र एवं निर्धन किसानों का शोषण करते थे, उसी समय देश में आधुनिक मिल्स तथा फैक्टरियों की स्थापना होने से मध्यस्थों एवं पूँजीपतियों के एक नये वर्ग का प्रादुर्भाव हुआ। यह वर्ग न केवल उत्पादकों (कृषकों) तथा उपभोक्ताओं के मध्य सम्पर्क स्थापित करने में सक्रिय था, बल्कि वह उत्पादन व्यवस्था तथा उत्पादन के साधनों को अपने अधीन करने में भी सलग्न था, कृषक वर्ग इन पूँजीपतियों तथा मध्यस्थों के चंगुल से न बच सका। कृषकों को उनकी उपज के अतिरिक्त का उचित दाम नहीं मिल पाता था। जमींदारों

को लगान देने के लिए उसे धन की आवश्यकता थी। घरेलू उद्योगों के समाप्त होने तथा कृषि पर अत्यधिक भार होने के कारण वह अपनी कृषि आय से दैनिक आवश्यकताओं की पूर्ति करने में भी असमर्थ था। ऐसी स्थिति में निर्धन तथा दरिद्र किसानों को अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति करने तथा निश्चित समय पर लगान देने के लिए प्रायः इस मध्यस्थ वर्ग—साहूकार तथा महाजन ग्रामीण जनजीवन पर छा गये और कृषक वर्ग उनके द्वारा दिये जाने वाले ऋण की श्रृंखला में पूर्णतया जकड़ गया।

किसानों की इस शोचनीय स्थिति के सम्बन्ध में ही यह कथन प्रसिद्ध है, “ भारतीय किसान ऋण में जन्म लेता है और यह भार उसके बाद उसके उत्तराधिकारी को वहन करना पड़ता है।” ऋण ग्रस्त होने के कारण एक निर्धन किसान की स्थिति दास या मजदूर से अच्छी नहीं थी। उसका जीवन निराश्रय था उसकी आशाएँ एवं आकांक्षाएँ मर चुकी थी और वह भाग्यवादी बन गया था।

भारत में सामाजिक एवं आर्थिक जीवन की उपर्युक्त दशा उन्नीसवीं शताब्दी के अन्तिम वर्षों में और भी भयंकर हो गयी। अकाल आयोग, 1901 ने कहा था, “ हम यह समझते हैं कि अब छिटपुट उपचारों का समय निकाल चुका है, पद दलित किसानों की शोचनीय एवं दयनीय दशाएँ अधिक क्रान्तिकारी उपचार माँगती हैं।” इस सम्बन्ध में दाँतवाला समिति का यह विचार था कि, “ किसानों द्वारा एक सहकारी विपणन समिति संगठित करने का प्रमुख उद्देश्य अपनी उपज को अपने ही हित में बेचना है और इस उद्देश्य की पूर्ति के लिए उपभोक्ताओं के बाजार तक वस्तुओं की गतिविधि को पुनर्गठित करना है।” एक अन्य लेखक के अनुसार

सहकारी विपणन समिति का उद्देश्य वस्तुओं की बिक्री एवं नियमित पूर्ति द्वारा विपणन की दशाओं एवं स्थितियों में स्थायित्व लाना है।

शाही कृषि आयोग ने 1928 में कहा था कि, “ व्यक्तियों द्वारा अपनी वस्तुओं का सामूहिक विपणन कहीं अधिक कुशल एवं अच्छा है। विशेषकर उन परिस्थितियों में जो भारत में विद्यमान हैं, क्योंकि यहाँ प्रत्येक उत्पादक एक बहुत ही छोटी इकाई है।” अतः यहाँ उस आदर्श को प्राप्त करना उपयुक्त होगा जिसके

अन्तर्गत सहकारी बिक्री समितियों को संगठित किया जाय जो किसानों को उनके उत्पादन-कार्य में प्रशिक्षण प्रदान करेगी, उनकी वस्तुओं को बिक्री योग्य बनाने में सहायता होगी, विखरी हुई उपज एकत्र करके उनका वर्गीकरण तथा प्रमापीकरण को सम्भव बना सकेगी और इस प्रकार भारतीय उत्पादकों की उपज निर्यात बाजार तथा भारत में बड़ी संख्या में फैले हुए उपभोक्ताओं के निकट लायेगी। संयुक्त राष्ट्र संघ ने भी अपनी रिपोर्ट में कहा है कि “ महत्व की दृष्टि से सम्भवतः साख प्रदान करने तथा उनका प्रबन्ध करने वाली संस्थाओं के बाद सहकारी विपणन संस्थाओं का ही स्थान है।”¹ संक्षेप में सहकारी विपणन समिति के निम्नलिखित उद्देश्य एवं लक्ष्य हैं —

- ▶ किसानों की सौदा करने की शक्ति को मजबूत बनाना।
- ▶ सदस्यों की उपज के लिए उचित मूल्य प्राप्त करना।
- ▶ अनावश्यक मध्यस्थों को हटाना।
- ▶ उन समितियों को वित्तीय सहायता प्रदान करना, जिनको वित्त की आवश्यकता है।
- ▶ किसानों को अच्छी किशम की वस्तुओं को उत्पादित करने के लिए प्रोत्साहित करना।
- ▶ कृषकों के कृषि उपज के मूल्य में स्थिरता लाना।
- ▶ उचित व्यापारिक नीतियों को विकसित करना, जो कृषकों के हित में हों।
- ▶ वस्तुओं के वर्गीकरण, प्रमापीकरण तथा यातायात की प्रमुख सुविधाएँ प्रदान करना।
- ▶ कृषि मूल्य की वसूली निर्धारित मूल्य नीति के क्रियान्वयन में सरकार के प्रतिनिधि के रूप में कार्य किया।
- ▶ अपने सदस्यों के आर्थिक हितों की सुविधा में वृद्धि करना तथा उनमें आत्म सहायता, बचत तथा अच्छी खेती करने की भावना को विकसित एवं प्रोत्सान करना।

¹ गुप्ता, बी०पी०, सहकारिता के सिद्धान्त एवं व्यवहार, रमेश बुक डिपो, जयपुर, पृ० 206।

► कृषि के विभिन्न साधनों जैसे—खाद, बीज, उपकरणों आदि के उचित एवं सतुलित वितरण केन्द्रों के रूप में कार्य करना ।

► विपणन एवं साख व्यवस्थाओं को एक सूत्र में पिरोकर सहकारी साख कार्यक्रमों एवं विपणन कार्यक्रमों का विकास किया ।

सहकारी विपणन समितियाँ कृषि के क्षेत्र में महत्वपूर्ण योगदान देते हुए अर्थव्यवस्था के विभिन्न पक्षों को लाभान्वित कर रही हैं। लाभान्वित पक्ष निम्नलिखित हैं —

- 1 कृषक वर्ग
- 2 उपभोक्ता वर्ग
- 3 समाज

1 कृषक वर्ग

भारतीय अर्थव्यवस्था के पालनहार कृषक आज अपने अस्तित्व के लिए लड़ रहा है। वह अनेक प्रकार से शोषित है। अनेक प्रकार की चुनौतियों का सामना करता है। ऐसी दशा में यह आवश्यक हो जाता है कि कृषकों के बहुमुखी विकास के लिए उन्हें तमाम सहायता दी जानी चाहिए जिससे उनकी कृषि से सम्बन्धित अनेक वित्तीय आवश्यकताएँ एवं कृषि उपज की पर्याप्त कीमत मिल सकें। इसी को दृष्टिगत रखते हुए सहकारी विपणन समितियाँ आज किसानों के लिए वरदान साबित हुई हैं। ये विपणन समितियाँ कृषकों के हित के लिए निम्नलिखित कार्य करती हैं —

I कृषि उपज का उचित मूल्य दिलवाने में सहायक

भारतीय ग्रामीण अर्थव्यवस्था में कृषि सहकारी विपणन समितियाँ बहुत महत्व रखती हैं। कृषि पदार्थों के विपणन में मध्यस्थ व व्यापारी बहुत लाभ कमाते हैं। मध्यस्थों के अनावश्यक व्ययों को कम करने और उत्पादक एवं उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा के लिए विश्व के अधिकांश देशों ने सहकारी विपणन को स्वीकार किया है। सामान्य किसान को अपनी उपज तैयार होते ही बेचने पर मजबूर होना पड़ता है। इस समय उसे अपनी उपज का उचित मूल्य नहीं प्राप्त हो पाता है।

सामान्य रूप से फसल आने के समय बाजार भाव कम हो जाते हैं। उस समय किसानों पर कर्ज देने वालों का भी दबाव रखता है। उनके दबाव में आकर ये किसान महाजनो तथा व्यापारियों को अपने कृषि उत्पाद तैयार होते ही बेच देते हैं। व्यापारी उनकी उपज को खेत या खलिहान पर ही खरीद लेते हैं, इस प्रकार कृषक उपज बेचने के लिए बाजार का मुँह भी नहीं देख पाता है। परिणामस्वरूप आधा पौना दाम ही मिलता है। शाही कृषि आयोग ने अपनी रिपोर्ट में कहा है कि, “यदि कृषक अपनी उपज गाँव के बाजार में स्वतन्त्रतापूर्वक बेचे तो व्यापारियों को सीधे बेचने की अपेक्षा कहीं अधिक कीमत प्राप्त हो।”

सहकारिता के आधार पर कृषि विपणन का मुख्य ध्येय किसानों के शोषण को रोकना था। सहकारी विपणन ढाँचे के न होने से किसानों को अपनी उपज की बिक्री कम मूल्य पर करनी पड़ती थी। सहकारी आन्दोलन के विकास और व्यक्तियों के द्वारा किसानों के शोषण को काफी सीमा तक रोक दिया है। केन्द्र तथा राज्य सरकारें कृषि के सहकारी विपणन ढाँचे में सुधार के लिए सभी आवश्यक कदम उठाने के लिए उत्सुक हैं। उदारीकरण की नीति से सहकारी आन्दोलन को अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार की सम्भावनाओं का पता लगाने में सहायता मिली है।

कृषि विपणन का नजदीकी सम्बन्ध उन सहकारी समितियों से है जो हमारे गाँव कस्बों में चल रही हैं। देश के अनेक राज्यों में सहकारी क्रय विक्रय समितियाँ हैं। प्राथमिक समिति मण्डी अथवा तहसील पर और शीर्ष समितियाँ (विपणन सघ) राज्य स्तर पर चल रहे हैं। फल सब्जी, तिलहन, गन्ना एवं कपास आदि की प्रक्रिया इकाइयों वाली समितियाँ भी हैं। प्रायः देश की प्रत्येक मण्डी में सहकारी विपणन समितियाँ कार्यरत हैं।

सहकारी विपणन के क्षेत्र में राष्ट्रीय कृषि विपणन सघ (नाफेड) राष्ट्रीय स्तर पर शीर्ष संस्था है। इस सघ का प्रमुख कार्य विभिन्न विपणन सहकारी समितियों के कार्यों में समन्वय स्थापित करना तथा उन्हें तकनीकी मार्गदर्शन एवं उचित सलाह प्रदान करना है। यह सघ अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार एवं निर्यात का दायित्व

भी निभाता है। नेफेड उत्पादको को लाभ पहुँचाने के लिए विनाशशील जिसो के मूल्य स्थिर करने के लिए बाजार में तब प्रवेश करता है जब मूल्य नीचे गिरता है। वर्ष 1994-95 में नाफेड का कारोबार पिछले वर्ष की अपेक्षा 14 प्रतिशत अधिक रहा था उसने 2022 करोड़ रुपये का लाभ अर्जित किया। विभिन्न तिलहनो और दालो के लिए समर्थन मूल्य योजना को क्रियान्वित करने के लिए एक शीर्ष एजेन्सी के रूप में नाफेड ने 14675 करोड़ रुपये मूल्य के नारियल के खोपरा और सूरजमुखी की रिकार्ड खरीद की थी। वर्ष 1997-95 में नाफेड ने 257 करोड़ रुपये मूल्य की 479 लाख टन प्याज का निर्यात करके एक नया कीर्तिमान स्थापित किया है। अब नाफेड प्याज और रामतिल के निर्यात के लिए सारणीबद्ध एजेन्सी बन रहा है। नाफेड ने राज्य स्तर के सहकारी विपणन सघो और विपणन समितियों के सहयोग से छोटे किसानो को समर्थन मूल्य देता है तथा कृषि मूल्यों को स्थिर रखने का कार्य सफलता किया है।

सहकारी क्षेत्र में नोडल एजेन्सी के रूप में राष्ट्रीय स्तर पर राष्ट्रीय सहकारी कृषि विपणन महासघ द्वारा समर्थन मूल्य पर चयनित कृषि उत्पादों की खरीद, बिक्री एवं आयात-निर्यात से सम्बन्धित प्रमुख गतिविधियों का संचालन किया जाता है। राज्यों के सहकारी विपणन सघ नाफेड के एजेंट के रूप में कार्य करते हैं। भारतीय कृषको को सरकारी खरीद का लाभ देने में नाफेड और भारतीय खाद्य निगम की भूमिका अग्रणी रहती है। गुजरात में अमूल डेयरी के विपणन सघ की उपलब्धियाँ देश भर में अग्रणी स्थान रखती हैं। मध्य प्रदेश में राज्य तिलहन सहकारी सघ, महाराष्ट्र में सहकारी चीनी मिलें तथा उत्तर प्रदेश में सहकारी गन्ना विकास समितियाँ गन्ने के मूल्य की भुगतान प्रक्रिया को पूरा करती हैं तथा साथ ही साथ सोयाबीन का विपणन करती हैं। यद्यपि गेहूँ की सर्वाधिक खरीद में पंजाब, हरियाणा और उत्तर प्रदेश का स्थान देश में अग्रणी है, परन्तु कृषि विपणन जागृति में गुजरात के कृषक सबसे आगे हैं। गुजरात के कृषक इन विपणन समितियों के माध्यम से हर जिले में अनाज मण्डियों के भाव पता करके अपनी उपज बेचते हैं। परिणामस्वरूप उन्हें इस जागरूकता का लाभ कृषि पदार्थों से मिलता है।

II. नियमित मण्डी एव भण्डारण की व्यवस्था

आजादी प्राप्त होने के बाद से नव जागरण काल शुरू हुआ और स्थिती में सुधार हुआ, क्योंकि स्वदेशी सरकार को अपने देशवासी कृषकों के प्रति सच्ची सहानुभूति थी। अंग्रेजों ने आजादी से पूर्व किसानों और कारीगरों का शोषण किया था। इसलिए कृषि विपणन को भी उन्होंने अपने हितों का पोषक बनाया। उस समय भारतीय कृषक अपना खून पसीना बहाकर फसल उगाते थे और जब बेचने के लिए मण्डी पहुँचते थे तो आढतिये करदा, धर्मादा, गौशाला, प्याऊ आदि के नाम पर बेवजह मोटी रकम काट लेते थे। साथ ही साथ गरीब किसान के पास उचित भण्डारण की व्यवस्था न होने से वे फसल को शीघ्र बेचना चाहते थे क्योंकि उन्हें डर रहता था कि उनकी फसल को चूहा, दीमक आदि से नुकसान पहुँचाया जा सकता है। फसल के उचित भण्डारण की व्यवस्था न होने पर सड़ने गलने का भी डर रहता था। अतः किसान मजबूर होकर फसल पैदा होते ही बेच देता था, अतः मजबूरी का फायदा साहूकार तथा व्यापारियों द्वारा कम मूल्य पर फसल खरीद कर लिया जाता था।

परन्तु नियोजन काल प्रारम्भ होने पर सरकार का ध्यान कृषकों पर गया और कृषि विपणन व्यवस्था में सुधार का नया दौर प्रारम्भ हुआ। इस सुधार के परिणाम स्वरूप नियमित मण्डियों की स्थापना एव भण्डारण की व्यवस्था का विस्तार किया गया।

मण्डी तथा बाजार मुख्य रूप से कृषि विपणन का आधार होते हैं। सभी कृषक एक जगह एकत्र होकर जब अपने उपज बेचते हैं तो उनके ठगे जाने अथवा उनके शोषण की सम्भावना बहुत कम हो जाती है। उन्हें पता रहता है कि अन्य कृषक अपनी उपज को किस भाव से बेच रहे हैं और यही सजगता कृषि विपणन में कृषकों की सक्रिय भागीदारी को सुनिश्चित करती है। कृषि उत्पादों के मूल्य बिक्री और बाजार से सम्बन्धित विभिन्न समस्याओं को हल करने में कृषि मूल्य आयोग, भारतीय खाद्य निगम, रूई निगम, कपास निगम और वस्तु निगम का महत्वपूर्ण योगदान है।

भण्डारण के क्षेत्र में राष्ट्रीय स्तर पर राष्ट्रीय सहकारी विकास निगम की स्थापना 1965 में की गयी। यह निगम राष्ट्रीय स्तर पर सहकारी भण्डारण एवं विधायन के लिए वित्तीय एवं प्रोन्नति की प्रधान संख्या है। स्थापना पश्चात् निगम द्वारा मार्च 1994 तक 2500 करोड़ रुपये की वित्तीय सहायता भण्डारण एवं विधायन के लिए प्रदान की गयी। भण्डारण की आवश्यकता को देखते हुए सहकारी समितियों द्वारा आलू एवं प्याज के लिए विशेष शीत की स्थापना की गयी है।

III. विपणन व्यय में मितव्ययिता

सहकारी विपणन समिति द्वारा बड़े पैमाने पर कृषकों के कृषि पदार्थों का व्यापार किये जाने के परिणामस्वरूप उसे बाजार सम्बन्धी अनेक कार्यों एवं उपकार्यों, जैसे—फसल का एकत्रीकरण, वर्गीकरण, वस्तु संग्रह, जोखिम उठाने आदि पर वास्तविक मितव्ययिताओं का लाभ प्राप्त होता है। विपणन प्रक्रिया में अनावश्यक मध्यस्थों के अनावश्यक खर्चों की बचत होती है। अतः मध्यस्थों की अपेक्षा विपणन समितियों के लिए उत्पादक से उपभोक्ताओं तक कृषि उत्पाद पहुँचाने में कम लागत है। अतः विपणन व्यय में कमी आती है।

IV. साख की सुविधा प्रदान करना

भारतीय कृषक को कृषि कार्य करने के लिए सर्वाधिक चुनौती का सामना धन के रूप में करना होता है, क्योंकि कृषि कार्य करने के लिए धन की आवश्यकता होती है। अतः किसान गरीब होने के कारण इस आवश्यकता की पूर्ति के लिए मजबूर होकर पास के साहूकार या व्यापारी से ऋण लेता है और किसान की मजबूरी का फायदा ये ऋणदाता पूरी तरह उठाते हैं। वे किसानों से अपनी इच्छानुसार शर्त निर्धारित करके ऋण देते हैं, जिसमें बहुत ऊँची ब्याज दर होती है, या कृषि उपज तैयार होने पर उन्हीं को बेचने आदि की शर्त होती है।

उपरोक्त शोषण के विरुद्ध सहकारी कृषि विपणन समितियाँ केन्द्रीय बैंक तथा अन्य स्रोतों से आसानी से वित्त प्राप्त कर किसानों को उचित शर्तों पर ऋण देकर उन्हीं महाजनों के चंगुल तथा कपटपूर्ण व्यवहारों से बचाती हैं। विपणन समितियाँ कृषकों के कृषि उत्पाद को तैयार होते ही अपने गोदाम में रख लेती हैं

और किसानों को उनकी उपज का 70 से 80 प्रतिशत तक की राशि का भुगतान कर दिया जाता है, जिससे कि किसान अपनी जरूरी खर्चों के लिए रकम पा जाता है और उसे अन्यत्र भटकना नहीं पड़ता है। इस प्रकार फसल बेचने के उपयुक्त समय आने पर विपणन समितियाँ या किसान द्वारा उपज की बिक्री की जाती है तो समिति द्वारा देय राशि काट ली जाती है। इसी प्रकार यदि किसान उपज बेचता है तो वह विपणन समिति से प्राप्त रकम का भुगतान कर देता है। मार्च 1997-98 तक विपणन समितियों द्वारा कुल दिया गया ऋण 1300 करोड़ रुपये था। जिसमें से किसानों द्वारा बकाया ऋण 320 करोड़ रुपये का था।

V. खाद बीज एवं कृषि उपकरण की व्यवस्था

सहकारी कृषि समितियों द्वारा कृषकों की आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु उचित दर पर खाद, बीज, तथा अन्य कृषि उपकरण उपलब्ध कराये जाते हैं। सन् 1997-98 में सहकारी विपणन समितियों ने 334 करोड़ रुपये के उर्वरक का वितरण किया। बीज के वितरण में भी इन संस्थाओं ने बहुत प्रगति की है। इन समितियों के माध्यम से सन् 1960-61 में 3 करोड़ रुपये के मूल्य के बीजों का वितरण की राशि बढ़कर 14 करोड़ रुपये तक पहुँच गयी। इसके अतिरिक्त इन समितियों ने 1977-78 में 12 करोड़ रुपये की कीटनाशक वस्तुओं तथा 8 करोड़ रुपये के यन्त्रों तथा औजारों का भी वितरण किया। 1986-87 में विपणन समितियों ने देश में 38 लाख टन उर्वरकों का वितरण किया जो 1997-98 में बढ़कर 62 लाख टन हो गया।

इस प्रकार कृषि विपणन समितियों द्वारा किसानों के खाद, बीज, कृषि उपकरण तथा कीटनाशक दवाओं की प्रत्यक्ष बिक्री से किसानों को सस्ती एवं उचित दर पर मिलती है साथ ही साथ मिलावट या अशुद्ध होने की गुंजाइश समाप्त हो जाती है। परिणामस्वरूप कृषक इन उपलब्ध सुविधाओं से अधिकतम कुशलता से कृषि कार्य करके ज्यादा से ज्यादा लाभान्वित होता है।

2 वर्गीकरण एवं प्रमापीकरण

कृषि उपज के नियमित विपणन के लिए उसका वर्गीकरण एवं प्रमापीकरण आवश्यक है। सरकार ने कृषि वस्तुओं के वर्ग विभाजन तथा मानकीकरण के लिए बहुत सा कार्य किया है। कृषि उपज (वर्ग विभाजन एवं विपणन) अधिनियम के अधीन घी, आटा, अण्डे आदि वस्तुओं के लिए वर्ग विभाजन केन्द्र स्थापित किये हैं। कृषि विपणन विभाग द्वारा वर्ग-विभाजित वस्तुओं पर 'AGMARK' की मुहर लगा दी जाती है। इस प्रकार इन वस्तुओं के बाजार का विस्तार होता है एवं उनके लिए अच्छी कीमत प्राप्त होती है। नागपुर में 'केन्द्रीय कोटि नियन्त्रण प्रयोगशाला' कायम की गयी है। इसी प्रकार देश के विभिन्न भागों में आठ प्रादेशिक प्रयोगशालाएँ कायम की गयी हैं। इन सब प्रयोगशालाओं का उद्देश्य कृषि-वस्तुओं की किश्म एवं शुद्धता का परीक्षण करना है। कोटि नियन्त्रण को अधिक मजबूत बनाने के लिए निरीक्षण को बढ़ाया जा रहा है और वर्ग विभाजन में उन्नति की जा रही है।

कृषि विपणन में सहकारी संस्थाएँ ग्रामीण परिवेश में निरन्तर प्रगति कर रही हैं, उन्नतिशील बीजों, कल पुर्जों, ऋणों, नयी तकनीक जानकारी योजनाओं आदि कार्यों में संस्था सजग हैं। सहकारी संस्थाओं का विशाल तन्त्र 'अहिंनिशि सेवा महे' के सिद्धान्त पर सम्पूर्ण देश के लोगों की भलाई आर्थिक उत्थान हेतु सतत प्रयत्नशील है। अब सहकारी कार्यकर्ता किसानों सामान्य जनता के हर घर पर जाकर ग्राम प्रधानों के माध्यम से नयी-नयी जानकारी दे रहा है। सहकारी संस्थाओं के विभागीय कार्यकर्ताओं, कर्मचारियों और कुशल प्रशासकों के द्वारा 'सहकारिता जनता के हर द्वार' अवाधगति से पहुँच रही है और इसी कारण अब देश की कृषि विकास के साथ-साथ किसानों, उपभोक्ताओं तथा समाज के हर वर्ग को लाभ पहुँच रहा है।

कृषि विपणन में सहकारी संस्थाएँ—स्वरूप

सहकारी विपणन समितियों के संगठन का स्वरूप सम्पूर्ण देश में एक सा नहीं है, जबकि कुछ राज्यों में विशेषकर बिहार, केरल, मध्य प्रदेश, कर्नाटक, उड़ीसा, राजस्थान तथा पश्चिम बंगाल में सहकारी विपणन समितियों के संगठन का स्वरूप द्वि-स्तरीय है, अर्थात् माध्यमिक बाजार स्तर पर प्राथमिक विपणन समितियाँ स्थापित की गयी हैं, तथा राज्य स्तर पर सर्वोच्च विपणन समितियाँ। अन्य राज्यों में तीन स्तरों पर इन समितियों को संगठित किया गया है। जिसमें माध्यमिक स्तर पर प्राथमिक विपणन समितियाँ, जिला स्तर पर केन्द्रीय विपणन समितियाँ तथा राज्य स्तर पर सर्वोच्च विपणन समितियाँ कार्य कर रही हैं। केन्द्रीय स्तर पर विपणन समितियाँ आन्ध्र प्रदेश, गुजरात, तमिलनाडु, महाराष्ट्र, पंजाब तथा उत्तर प्रदेश में पायी जाती हैं।

जिला स्तर पर इन समितियों के संगठन के विषय पर विशेषज्ञों में मतभेद रहा है। इस स्तर पर समितियाँ स्थापित करने के पक्ष में यह कहा जाता है कि वे अन्तर्जिला व्यापार करने, जिला अधिकारियों से सम्पर्क स्थापित करने, बड़े पैमाने पर कृषि उपज के विधिकरण तथा रासायनिक उर्वरकों और अन्य कृषि उत्पादनों की पूर्ति करने में सहायक होगी। द्विस्तरीय विपणन सहकारी संगठन के पक्ष में यह तर्क प्रस्तुत किया जाता है कि व्यापार की दृष्टि से जिला विपणन समिति एक उपयुक्त स्रोत एवं माध्यम नहीं है। यही कारण है कि जहाँ तक वास्तविक बिक्री का प्रश्न है, इसका कार्य क्षेत्र सीमित ही रहेगा। सर्वोच्च समिति ने अपनी शाखा खोलकर जिला विपणन समितियों के कार्य ठीक ढंग से करने में समर्थ हो सकती है।

सहकारी विपणन संगठन के भावी स्वरूप के सम्बन्ध में दाँतवाला समिति ने द्वि-स्तरीय ढाँचे का सुझाव दिया। समिति ने अपने सुझाव में यह कहा कि राज्य स्तर पर सर्वोच्च समिति तथा मण्डी स्तर पर प्राथमिक विपणन समितियाँ और जिला तथा क्षेत्र स्तर पर सर्वोच्च समिति की शाखाएँ स्थापित की जानी चाहिए।

जिन राज्यों में सहकारी विपणन संघ त्रिस्तरीय हैं वहाँ इस व्यवस्था में बिना परिवर्तन किये जिला स्तरीय समितियों को चाहिए कि वे धीरे-धीरे उन सभी कार्य को बन्द कर दें जो प्राथमिक विपणन समितियों द्वारा सुगमता एवं सरलता से किये जा सकते हैं।

कृषि उपज के सहकारी विपणन के लिए संस्थागत ढाँचे का स्वरूप पूरा हो चुका है। देश में सहकारी कृषि विपणन ढाँचे में निम्न शामिल हैं —

- ▶ राष्ट्रीय कृषि सहकारी विपणन संघ
- ▶ राज्य सहकारी विपणन समितियाँ
- ▶ केन्द्रीय विपणन समितियाँ, तथा
- ▶ प्राथमिक विपणन समितियाँ।

राष्ट्रीय कृषि सहकारी विपणन संघ (नाफेड)

राष्ट्रीय कृषि सहकारी विपणन संघ (नाफेड) भारत में राज्य स्तर पर स्थापित सर्वोच्च सहकारी विपणन समितियों की संघीय संस्था है। इस संघ की स्थापना 1958 में की गयी थी। इसका प्रमुख कार्यालय नयी दिल्ली में है, तथा इसकी क्षेत्र सीमा सम्पूर्ण देश है। इसकी शाखाएँ मुम्बई तथा कोलकाता में हैं , तथा उपशाखाएँ गुवाहाटी तथा नवगोंव में स्थापित की गयी हैं। संघ ने बाजार शोध तथा समाचार प्रसारण विभाग और कृषि आदान विभाग भी स्थापित किये हैं। इसका प्रमुख कार्य राज्यों , संघों के कार्यों में समन्वय स्थापित करना तथा उन्हें तकनीकी मार्गदर्शन एवं उचित सलाह प्रदान करना है। यह संघ अन्तर्राष्ट्रीय तथा निर्यात व्यापार भी करता है।

सभी राज्यों तथा संघीय क्षेत्रों की सर्वोच्च विपणन समितियों को इसकी सदस्यता प्राप्त है। संघ की प्रदत्त अंशपूँजी 1955—56 में 589 लाख रुपये से बढ़कर 1976—77 में 604 लाख और 1977—78 में 639 लाख रुपये हो गयी। उपभोक्ता मूल्य स्थिरता को सुनिश्चित करने के लिए नाफेड ,छ।ध्वद्ध ने नाशवान वस्तुओं अर्थात् प्याज एवं आलू की बाजार कीमतों को मुख्य उत्पादन क्षेत्रों में स्थिर रखने में

लाभदायक योगदान दिया है। इसके लिए सघ या तो स्वयं बाजार में महत्वपूर्ण हस्तक्षेप करता है या कभी-कभी सरकार के एजेंसी के रूप में कार्य करता है देश के बाजारों में स्थिरता लाने हेतु नाफेड को दालों का आयात करने का कार्य सौंपा गया। नेफेड फार्म उत्पादन के अन्तःराज्यीय व्यापार एवं निर्यात को प्रोत्साहित करता है। यह प्याज, दालों, लाल मिर्च, अदरक, लहसुन और बड़ी इलायची जैसी वस्तुओं का भिन्न-भिन्न देशों को निर्यात करता है। यह आधिक्य वाले क्षेत्रों से अभावग्रस्त क्षेत्रों में अनिवार्य वस्तुओं को भेजता है ताकि उपभोग वस्तुओं की पूर्ति बढ़ाई जा सके। भारत सरकार के कहने पर नेफेड ने उत्तर प्रदेश में गुड़ के विपणन व्यापार में प्रवेश किया ताकि गन्ना उत्पादक कृषकों के हित में मूल्यों को गिरने से रोका जा सके। जून 1978 के दौरान भारत सरकार ने बीड़ी, तम्बाकू को मूल्य समर्थन योजना में शामिल किया और इस योजना के संचालन का भार भी नेफेड को सौंपा गया। देश के उत्तरी-पूर्वी क्षेत्रों के किसानों को उनकी उपज का उचित मूल्य मिले इसके लिए नेफेड ने 1977-78 के दौरान मिजोरम में कृषकों से लगभग 90 हजार क्विंटल अदरक की खरीद की। नाफेड ने निर्धारित दर पर उपभोक्ताओं को चाय बेचने का भी कार्य किया। वर्ष 1983-84 में नाफेड का कुल कारोबार 1109 करोड़ रुपये का था जो 1997-98 में बढ़कर 20212 करोड़ रुपये हो गया। नाफेड ने 1983-84 में 6002 करोड़ रुपये मूल्य का निर्यात किया जो 1997-98 में बढ़कर 3339 करोड़ रुपये का हो गया।¹

दिसम्बर 1985 में दसवे सहकारी कांग्रेस का अधिवेशन हुआ। इसमें विभिन्न सहकारी समितियों को अपने-अपने क्षेत्र में अपने कार्यकलापों को राष्ट्रीय स्तर पर चलाने के कार्य का मार्गदर्शन करने, समन्वय करने तथा कार्यक्रमों को चलाने में सहायता प्रदान करने के लिए राष्ट्रीय स्तर पर 14 सहकारी सघों का गठन किया गया।

¹ गुप्ता, बी०पी०, पूर्वोद्धृत, पृ० 214।

राज्य सहकारी विपणन समितियाँ

प्रत्येक राज्य में राज्य स्तर पर एक विपणन समिति की स्थापना हो चुकी है। इन समितियों को कुछ राज्यों में सर्वोच्च विपणन संघ भी कहते हैं। इन समितियों का उद्देश्य सदस्य क्रय विक्रय सहकारी समितियों की कृषि उपज का विक्रय करना और राज्यों को कृषि माल भेजने व निर्यात करने की व्यवस्था करना है। इसके साथ ही उनसे यह अपेक्षा भी की जाती है कि वे किसानों को आवश्यकतानुसार कृषि साधनों तथा अन्य वस्तुओं को एकत्र करे तथा राज्य में स्थापित सहकारी समितियों की मार्फत उन्हें किसानों को बॉटने की व्यवस्था करे।

जहाँ वस्तुओं की बिक्री योग्य बनाने के लिए बड़े पैमाने पर अनेक प्रकार की प्रोसेसिंग की आवश्यकता पड़ती है वहाँ सर्वोच्च या शीर्ष विपणन समिति प्रोसेसिंग का भी कार्य करती है। यह उर्वरकों के सम्मिश्रण तथा उन्नत कृषि उपकरणों के उत्पादन तथा किसानों में उनका विरण करने के लिए उत्पादन इकाइयों स्थापित करती है। इसका एक अन्य महत्वपूर्ण कार्य बाजार समाचार का प्रसार करना तथा कृषि उपज के निर्यात विपणन विधिकरण या प्रोसेसिंग सम्बन्धी कुशल परामर्श भी प्रदान करना है। इससे कुछ विकास कार्यों के सम्पादन की भी अपेक्षा की जाती है, जैसे अपनी सम्बद्ध समितियों को गोदामों के निर्माण, विधिकरण इकाइयों की स्थापना करने आदि में सहायता करना। इसके अतिरिक्त इसका यह भी कार्य है कि वह कृषि उपज के विपणन, उत्पादन, घरेलू आवश्यकताओं की पूर्ति आदि के लिए सरकारी विभागों से अपना सम्पर्क बनाए रखे। इन सब कार्यों के सम्पादन के लिए, उसे सम्बद्ध समितियों के कार्यों में समन्वय रखने, उनका पथ प्रदर्शन करने तथा उनके कार्यों का निरीक्षण करने के विशेष कर्तव्य भी सौंपे गये हैं। जून 1993 में देश में कुल 29 राज्यस्तरीय सहकारी विपणन संघ थे, जिनमें से 22 सामान्य उद्देश्यों के लिए गठित समितियाँ, 2 फल एवं सब्जी विपणन समितियाँ, एक गन्ना पूर्ति समिति और 4 अन्य विशिष्ट कृषि उपजों में व्यवहार करने वाली समितियाँ विक्रय से सम्बद्ध थी। इसके अतिरिक्त 16 राज्य स्तर के विशिष्ट वस्तुओं के सहकारी विपणन संघ भी कार्यरत हैं। इन राज्य स्तरीय समितियों व सदस्यों की

सदस्य संख्या 10242 थी। राज्य सहकारी विपणन समितियों की प्रगति निम्न तालिका द्वारा स्पष्ट है।

तालिका संख्या 22

राज्य – विपणन समितियों की प्रगति

वर्ष	कृषि उपजों का विपणन	कृषि (साधनों) की आपूर्ति	उपभोक्ता सामानों का वितरण(करोड़ रुपये में)
1960-61	38	12	4
1965-66	74	43	38
1970-71	140	142	20
1973-74	244	248	66
1976-77	490	455	99
1977-78	320	511	74
1981-82	466	N.A	N A
1994-95	2433	1966	275
1997-98	2443	1991	278

(स्रोत—माथुर, बी०एस, सहकारिता, साहित्य भवन, आगरा, पृ० 277-278।)

केन्द्रीय विपणन समितियाँ

माध्यमिक स्तर पर कुछ राज्यों (जैसे—आन्ध्रप्रदेश, गुजरात, तमिलनाडु, महाराष्ट्र, पंजाब, उत्तर प्रदेश तथा हिमाचल प्रदेश) में ही केन्द्रीय विपणन समितियाँ स्थित हैं। ये समितियाँ कई प्रकार के कार्य करती हैं, जो इस प्रकार हैं —

- कृषि उपज की बिक्री, कृषि सामग्रियों तथा कृषकों की अन्य उपयोगी वस्तुओं का वितरण करने वाली प्राथमिक विपणन समितियों के कार्यों में समन्वय स्थापित करना।
- कृषि के विधायन सम्बन्धी कार्य करना।
- आवश्यकता पड़ने पर अन्तर्जिला व्यापार में भाग लेना।

परन्तु ये समितियाँ अधिकतर कृषि उत्पादनो के साधनो उर्वरक तथा आवश्यक उपभोग वाली वस्तुओ के वितरण कार्य मे ही लगी है। ये समितियाँ , ऐसे स्थानो पर भी , जो मण्डी या बाजार केन्द्र नहीं है, स्थापित की गयी है।

30 जून, 1982 को जिला या क्षेत्रीय स्तर पर 380 केन्द्रीय विपणन समितियाँ कार्य कर रही थी। इनमे 16 फल और सब्जी 146 समितियाँ सामान्य उद्देश्य, 208 गन्ना आपूर्ति विपणन समितियाँ एवं 10 अन्य विशिष्ट उत्पादो से सम्बन्धित विपणन समितियाँ थी। मार्च 1993 तक केन्द्रीय विपणन समितियो की संख्या बढ़कर 2636 हो गयी। सन् 1997-98 मे इन समितियो द्वारा 2197 करोड रुपये की कृषि उपज, 845 करोड रुपये कृषि साधनो और उपभोक्ता माल का विक्रय किया।¹

प्राथमिक विपणन समितियाँ

प्राथमिक विपणन समितियाँ अधिकतर माध्यमिक बाजारो(मण्डियो) अथवा थोक सग्रह केन्द्रो मे स्थित है , तथा इनका कार्य क्षेत्र उन बाजारो की पृष्ठभूमि तक ही सीमित है। परन्तु कुछ राज्यों मे ये विपणन समितियाँ जिला खण्ड या तालुका के सदर राज्यों पर ही स्थापित की जाती है। इन समितियो का क्षेत्र खण्ड अथवा तालुका के क्षेत्र तक ही विस्तृत रहता है। इस सम्बन्ध मे यह ध्यान नहीं दिया जाता कि इन सदर स्थानो पर कोई बाजार , मण्डी स्थित है या नहीं। उदाहरणार्थ, बिहार मे विपणन समितियाँ ब्लाक या खण्ड के सदर स्थान पर स्थापित की गयी है, और उनके कार्य क्षेत्र की सीमा खण्ड क्षेत्र की सीमा तक निर्धारित कर दी गयी। पश्चिम बंगाल मे प्राय विपणन समितियो का कार्यक्षेत्र उस पुलिस स्टेशन के क्षेत्र के आधार पर निर्धारित किया जाता है, जिसके क्षेत्र मे वह समिति स्थापित की जाती है। असम मे विपणन समिति का कार्यक्षेत्र राज्य व्यापार की योजना के अन्तर्गत निर्धारित कार्यों को सुविधापूर्वक चलाने की दृष्टि से निर्धारित किया जाता है। तमिलनाडु तथा आन्ध्र प्रदेश मे इन समितियो का कार्य क्षेत्र मालगुजारी वसूल करने के लिए निर्धारित तालुको के क्षेत्रो के आधार पर

¹ माथुर, बी०एस०, पुर्वोद्धृत, पृ० 278।

निर्धारित किया जाता है। कार्य क्षेत्र निर्धारित करते समय सम्बन्धित बाजार की पृष्ठ भूमि पर विचार नहीं किया जाता है।

प्राथमिक सहकारी समिति की सफलता के लिए उसकी स्थिती तथा उसके कार्य क्षेत्र का विशेष महत्व है। अब तक के प्राप्त अनुभवों से स्पष्ट है कि विपणन समिति का प्रमुख कार्य स्थान ऐसे बाजार केन्द्र में स्थापित करने से लाभ है जो सामान्यतः पहले स्थापित हो चुका हैं। किसी भी समिति के कार्य-क्षेत्र के अन्तर्गत वे समस्त गाँव आने चाहिए जिनकी कृषि उपज सम्बन्धित मण्डी में बिकती हो। इस सम्बन्ध में गाँव किस प्रशासनिक इकाई के अन्तर्गत है, इस प्रश्न पर ध्यान देना आवश्यक नहीं है। विपणन समिति की स्थिति तथा उसके कार्य क्षेत्र पर व्यवसायिक दृष्टि से विचार करना चाहिए न कि प्रशासन की सुविधा की दृष्टि से। प्राथमिक विपणन समितियों की सदस्यता :-

प्राथमिक विपणन समिति की सदस्यता उसके कार्य क्षेत्र में स्थित कृषि साख समितियों व व्यक्तिगत रूप से कृषकों के लिए है। विभिन्न प्रकार के सदस्यों का वर्गीकरण निम्न प्रकार किया गया है :-

- 'अ' श्रेणी के सदस्य :- समिति के कार्य क्षेत्र की ग्राम सेवा सहकारी समितियाँ, कृषि सहकारी समितियाँ, उपभोक्ता भण्डार, पंचायत समितियाँ और राज्य सरकार।
- 'ब' श्रेणी के सदस्य :- कार्य क्षेत्र के व्यक्तिगत कृषक एवं कृषि विशेषज्ञ।
- 'स' श्रेणी के सदस्य :- व्यापारी आदितिये आदि ऐसे व्यक्ति जो समिति से व्यापारिक सम्बन्ध रखते हों।

प्राथमिक विपणन समितियों के कार्य

प्राथमिक विपणन समितियों का प्रमुख कार्य अपने सदस्यों की कृषि उपज की व्यवस्था करना एवं उनको कृषि से सम्बन्धित वित्तीय सहायता देती है। इसके लिए ये समितियाँ निम्नलिखित उपकार्य करती हैं :-

- बाजारों में बेचने से पहले ये समितियाँ कृषि उपज को वर्गानुसार अलग-अलग करके उनका वर्गीकरण तथा पैकिंग करती है।

- ▶ पैकिंग करने के पश्चात सदस्यों के खेतों , खलिहानों तथा गोदामों से उपज को बाजारों तक पहुँचाने की व्यवस्था करती है।
- ▶ जमा राशियाँ स्वीकार करके तथा उस सहकारी केन्द्रीय बैंक से जिसके अधीन वह कार्य करती है, धन उधार लेकर , अपने सदस्यों के लिए वित्त कस प्रबन्ध करती है।
- ▶ ये विपणन समितियाँ अपने कृषकों सदस्यों को आवश्यकतानुसार उनकी उपज की जमानत पर ऋण देती है।
- ▶ अपने सदस्यों की उपज तथा बिक्री योग्य वस्तुओं की किस्मों के अनुसार वह गोदामों विधायन स्थानों , शीत सग्रहालयों आदि की व्यवस्था करती है जिससे सदस्यों के माल की बिक्री से पहले उचित ढंग से सग्रह करके बिक्री योग्य बनाया जा सके तथा अन्त में उसे बेचा जा सके।
- ▶ सदस्यों तथा समिति द्वारा खरीदे गये कच्चे माल को बिक्री योग्य बनाने के लिए जिन विधियों की आवश्यकता हो उनकी व्यवस्था भी प्राथमिक विपणन समिति का एक कार्य होता है।
- ▶ कृषि कार्य सम्पन्न करने हेतु आवश्यक सामग्रियों जैसे—उर्वरक , खाद ,बीज ,कृषि उपकरण आदि तथा सदस्यों के घरेलू उपयोग के जरूरत की सामग्री की व्यवस्था भी इन समितियों द्वारा की जाती है।
- ▶ कृषि उपज की रकम वसूल करने तथा कृषि उत्पादन के लिए आवश्यक वस्तुओं के विपणन में ये समितियाँ सरकार के प्रतिनिधि के रूप में कार्य करती हैं।
- ▶ गोदामों व्यवस्था अधिनियम के अन्तर्गत ये समितियाँ कृषि उपज के उचित भण्डारण एवं गोदामों की व्यवस्था करती हैं।
- ▶ केन्द्रीय सहकारी बैंक तथा ग्रामीण सहकारी साख समितियों के साथ काम करती हुई यह साख की पूर्ति तथा विपणन में समन्वय स्थापित करती हैं।
- ▶ ये समितियाँ सदस्यों में बचत, आत्म सहायता तथा सहकारिता की भावनाओं का विकास करती हैं।

► समिति के उद्देश्यों की पूर्ति तथा उसके कार्य विस्तार के लिए यह अन्य सभी कार्य करती है।

प्राथमिक विपणन समितियाँ कई प्रकार के व्यवसाय करती हैं। उनके व्यावसायिक कार्य के रूप में कुछ प्रमुख कार्य निम्नलिखित हैं —

► अधिकांश विपणन समितियाँ कमीशन अभिकर्ता के रूप में कार्य करती हैं। इस रूप में वे कृषि उपज की अन्तिम बिक्री तक कृषकों के कृषि उपज को एकत्रित करती हैं। उपज एकत्रित कर लेने के पश्चात् प्राप्त उपज को बेचने की व्यवस्था करती हैं। बिक्री या तो बाजार व्यवस्था के अनुसार या खुली बोली के आधार पर की जाती है। प्राप्त बिक्री मूल्य में से कमीशन काटकर शेष रकम किसान को दे दी जाती है।

► विपणन समितियाँ प्रत्यक्ष रूप से खरीद का कार्य करती हैं ये विपणन समितियाँ निम्नलिखित परिस्थितियों में प्रत्यक्ष खरीद का कार्य करती हैं—

(अ) जब स्थानीय व्यापारी अपना सघ बनाकर समिति का बहिष्कार करते हैं।

(ब) जब अन्तर्राज्यीय तथा विदेशी व्यापार के लिए कृषि उपज को संग्रह किया जाता है।

(स) कृषि उपज के सम्बन्ध में जिसे किसान या तो गाँव में या हारो में बेचते हैं।

► विपणन समितियाँ प्रायः किसानों को उनकी घरेलू तथा कृषि आवश्यकता की पूर्ति के लिए कृषक की उपज के बाजार मूल्य के अधिकतर 75 प्रतिशत तक दिये जाते हैं। इस प्रकार की वित्तीय सहायता प्राप्त होने पर कृषक तब तक अपनी उपज नहीं बेचते हैं जब तक उन्हें उनकी उपज का उचित मूल्य नहीं मिल जाता है। वर्ष 1997-98 में विपणन समितियों द्वारा इस प्रकार के 1300 करोड़ रुपये के ऋण प्रदान किये थे।

► ग्रामीण क्षेत्रों में उपभोक्ताओं की आवश्यकता की वस्तुएँ जैसे— चीनी, नमक, मिट्टी का तेल, चाय आदि के वितरण की भी व्यवस्था करती हैं। वर्ष 1997-98

मे इन समितियों द्वारा 500 करोड रुपये की उपभोक्ता वस्तुओं की बिक्री की गयी थी।

► कृषि उत्पादन साधनों का वितरण भी इन समितियों द्वारा की जाती है। इधर कुछ वर्षों से इन समितियों द्वारा वितरण के कार्य में महत्वपूर्ण वृद्धि हुई है। बीज के वितरण का कार्य इन समितियों द्वारा बड़ी तेजी से किया जा रहा है। वर्ष 1977-78 के अन्त तक 14 करोड रुपये के बीजों के वितरण का कार्य इन समितियों द्वारा की गयी थी।

► इन समितियों को साख से जोड़ने का कार्य भी किया जा रहा है। पिछले कुछ वर्षों में कृषि साख समितियों को विपणन समितियों को विपणन समितियों के अन्तर्गत लाने में पर्याप्त प्रगति हुई है। इस प्रगति के बावजूद 12 प्रतिशत साख समितियाँ ऐसी हैं जिनको विपणन समिति के अन्तर्गत नहीं लाया जा सका है। 503 प्राथमिक विपणन समितियों ने 8856 प्राथमिक कृषि साख समितियों की ओर से 174 करोड रुपये 1997-98 में वसूल किये।

1997-98 के अन्त में देश में कुल 5701 प्राथमिक कृषि विपणन समितियाँ कार्य कर रही थी। इन समितियों में से 3000 विपणन समितियों ने वास्तव में विपणन व्यवसाय किया। विपणन व्यवसाय करने वाली 3000 समितियों में से 1300 विपणन समितियों ने 12 लाख रुपये या इससे अधिक का विपणन व्यवसाय किया। 600 विपणन समितियों ने 15 लाख से कम मूल्य के कृषि उपज के विपणन का कार्य किया। इस प्रकार प्राथमिक विपणन समितियों द्वारा वर्ष 1997-98 में कुल 2280 करोड रुपये मूल्य के कृषि उपज के बिक्री का कार्य किया। इसी वर्ष कृषि साधनों की आपूर्ति का मूल्य 1250 करोड रुपये का था। इसी अवधि में इन समितियों द्वारा 1300 करोड रुपये के ऋण वितरित किये गये। साथ ही साथ 1997-98 तक इन सहकारी विपणन समितियों द्वारा कुल 7000 गोदाम स्थापित हो चुके थे, जिनकी भण्डारण क्षमता 2642 लाख टन थी। इसी वर्ष इन विपणन समितियों द्वारा कुल 62 लाख टन उर्वरक का वितरण किया गया।¹

¹ माथुर, बी0एस0, पुर्वोद्धृत, पृ0 279।

केन्द्रीय एव प्राथमिक विपणन समितियों द्वारा कुल की गयी बिक्री का विवरण निम्न तालिका से स्पष्ट है -

तालिका संख्या -23

केन्द्रीय एव प्राथमिक विपणन समितियों की बिक्री

(करोड़ रुपये में)

वर्ष	कुल बिक्री	कृषि उपज	कृषि साधन	उपभोक्ता वस्तुएं (करोड़ रुपये में)
1960-61	174	117	30	27
1965-66	307	145	10	152
1973-74	1077	487	342	248
1977-78	1434	640	482	308
1994-95	7229	2456	3264	1509
1997-98	7040	2471	3277	1515

(माथुर, बी०एस०, सहकारिता साहित्य भवन, आगरा, पृष्ठ-283)

उपरोक्त तालिका का अध्ययन करने से स्पष्ट होता है कि केन्द्रीय एव प्राथमिक विपणन समितियों द्वारा कुल की गयी बिक्री 1960-61 में 174 करोड़ रुपये थी जिसमें से कृषि उपज की बिक्री का प्रतिशत 67 था तथा कृषि साधन की बिक्री का 17 प्रतिशत था। परन्तु समय के साथ-साथ इस अनुपात में आश्चर्यजनक ढंग से परिवर्तन आये हैं। वर्ष 1997-98 में कुल बिक्री 7040 करोड़ रुपये की थी, जिसमें कृषि उपज के रूप में 35 प्रतिशत तथा कृषि साधन के रूप में 47 प्रतिशत हो गया। अतः इस प्रकार के बदलाव से स्पष्ट होता है कि पहले की अपेक्षा अब सहकारी समितियाँ कृषि साधन के वितरण पर अधिक ध्यान दे रही हैं या अधिक सफल हैं। उपभोक्ता वस्तुओं के वितरण में खास परिवर्तन नहीं हुआ है। 1960-61 में केन्द्रीय एव प्राथमिक विपणन समितियों की कुल बिक्री का 15.5 प्रतिशत उपभोक्ता वस्तुओं का हिस्सा था, जो 1997-98 में थोड़ा सा बढ़कर 21.5 प्रतिशत हो गया।

तृतीय सर्ग

►सहकारी संस्थाएं एवं विभिन्न कृषि उत्पाद

सहकारी सस्थाए एवं विभिन्न कृषि उत्पाद

कृषि उपजों के उत्पादन, मूल्य निर्धारण और विपणन को प्रभावित करने वाली उत्पाद एवं क्षेत्र सम्बन्धी विशिष्ट समस्याओं का समाधान करने के लिए इस समय अनेक सगठन एवं सस्थाए कार्य कर रही हैं। इसमें कृषि लागत एवं मूल्य आयोग, भारतीय खाद्य निगम, भारतीय कपास निगम, भारतीय पटसन निगम तथा जिन्स बोर्ड अत्यन्त महत्वपूर्ण सस्था हैं। कृषि विपणन प्राथमिक स्तर, राज्य स्तर और राष्ट्रीय स्तर पर सहकारी सस्थाओं के नेटवर्क से भी अधिक जुड़ा हुआ है। विपणन सम्बन्धी सहकारी सस्थाए लगभग सभी मण्डियों में कार्य कर रही हैं। सहकारी विपणन सस्थाए फल एवं सब्जियों के प्रसस्करण, गन्ने के पेराई, कपास की ओटाई और बिनौले निकालने आदि के क्षेत्र में भी कर रही हैं। सहकारी सस्थाओं के माध्यम से कृषि उत्पादों के विपणन द्वारा 1994-95 में लगभग 9503 84 करोड़ रुपये की उल्लेखनीय वृद्धि दर्ज की गयी है।

राष्ट्रीय स्तर पर “राष्ट्रीय विकास निगम” सहकारी सस्थाओं के द्वारा कृषि उत्पादों के उत्पादन, प्रसस्करण, विपणन, सचयन, निर्यात तथा आयात के लिए कार्यक्रमों का आयोजन एवं सम्वर्द्धन करता है। दालों तथा तिलहनो के लिए समर्थन मूल्य सम्बन्धी कार्यों तथा उद्यान कृषि की मदों जैसे— किनू, माल्टा, प्याज, अगूर, आलू, काली मिर्च तथा सूखी लाल मिर्च आदि के लिए बाजार हस्तक्षेप कार्यवाही हेतु यह सगठन एक केन्द्रीय नोडल अभिकरण है।

राष्ट्रीय कृषि सहकारी विपणन सघ के अलावा विपणन क्षेत्र में कुछ अन्य सगठन हैं— राष्ट्रीय सहकारी तम्बाकू उत्पादन सघ लिमिटेड, राष्ट्रीय उपभोक्ता सहकारी सघ तथा भारतीय जनजातीय सहकारी विपणन विकास सघ लिमिटेड (ट्राइफेड), जो विशेष रूप से जनजातीय क्षेत्रों की विपणन सम्बन्धी समस्याओं का समाधान करता है। फिर भी, कृषि जिन्सों के कुल विपणन में सहकारी सस्थाओं का हिस्सा अपेक्षाकृत कम है।

रबड़, कॉफी, चाय, तम्बाकू , मसालो, तिलहनो तथा वनस्पति तेलो, बागवानी आदि के लिए विशिष्ट जिन्स बोर्ड कार्य करते आ रहे है। राष्ट्रीय डेरी विकास बोर्ड भी कृषि जिन्सो के विपणन मे प्रत्यक्ष एव परोक्ष रूप से सलग्न है। कृषि सम्बन्धी कच्ची सामग्री जैसे- गन्ना, जूट, तम्बाकू, तिलहनो, चावल, बाजरा, कपास, दाले, काजू , कोको, सुपारी, मसाले आदि के विकास के लिए पृथक-पृथक निदेशालय सफलतापूर्वक कार्य कर रहे है। कृषि जिन्सो के निर्यात् के क्षेत्र मे विभिन्न सगठन सक्रिय है, जैसे- राज्य व्यापार निगम, काजू निर्यात्, सम्बर्द्धन परिषद, चमड़ा निर्यात् सम्बर्द्धन परिषद, कृषि और ससाधित खाद्य निर्यात् विकास प्राधिकरण भी कृषि निर्यातो को प्रोत्साहित करने या बढ़ावा देने का कार्य भी सम्पादित करते है। इस प्रकार उत्पाद के विपणन मे सहकारी सस्थाओ की भूमिका उत्तरोत्तर बढ़ती जा रही है।

सहकारी सस्थाए विभिन्न कृषि उत्पादो के विपणन का कार्य करके कृषको को मध्यस्थो के द्वारा होने वाले अनावश्यक कटौती एव व्ययो तथा शोषण को समाप्त करके उपज का उचित मूल्य दिलाती है। जिस स्थान पर अधिक कृषि उत्पादन होता है एव विपणन योग्य आधिक्य की मात्रा भी अधिक होती है तो ऐसी दशा मे सहकारी सस्थाए कृषको को अति उत्पादन से होने वाली हानि से बचाने के लिए उनके कृषि उपजो का क्रय करती है जो सरकार द्वारा प्रत्येक वर्ष न्यूनतम समर्थन मूल्य के रूप मे निर्धारित किया जाता है। ये सस्थाए कृषको के कृषि उपज का केवल विपणन ही नहीं करती है, बल्कि एक अच्छे मित्र की तरह अनेको प्रकार की वित्तीय सहायता भी प्रदान करती है। इस प्रकार की सहायता मे खाद, बीज, कृषि उपकरण एव रासायनिक दवाए, सिचाई , परिवहन, विपणन योग्य उपज को बनाने से होने वाले खर्चो आदि की आवश्यकताओ की पूर्ति शामिल है।

उपभोक्ता वर्ग की आवश्यकताओ को पूरा करने के लिए सहकारी सस्थाए विभिन्न कृषि उत्पादो का क्रय करके उनके उचित एव समान वितरण का कार्य सम्पन्न करती है। इससे अभावग्रस्त क्षेत्रो मे भी उपभोक्ताओ को कृषि उत्पाद सम्बन्धी वस्तुए आसानी से मिल जाती है। साथ ही साथ सहकारी सस्थाओ द्वारा

शीघ्रनाश होने वाली प्रकृति के कृषि उत्पाद का पूरे वर्ष विपणन एवं वितरण कार्य को सुनिश्चित करने एवं कृषको को उचित मूल्य दिलाने के लिए शीतगृह एवं गोदाम की व्यवस्था होती है। इन गोदामों में कृषि उत्पादों का संग्रहण करके सहकारी संस्थाओं द्वारा वस्तुओं के उचित मूल्य आने पर एवं आवश्यकतानुसार वितरण का कार्य किया जाता है। सहकारी संस्थाओं द्वारा मुख्य रूप से निम्न प्रकार के कृषि उत्पाद का विपणन किया जाता है –

- ▶ गन्ने का विपणन
- ▶ तिलहनो का विपणन
- ▶ कपास या रूई का विपणन
- ▶ गेहूँ का विपणन
- ▶ चावल का विपणन
- ▶ बागवानी फसलों का विपणन

गन्ने का विपणन

गन्ना भारत की प्रमुख फसलों में से एक है। इसका उपयोग मुख्य रूप से चीनी एवं गुड़ बनाने के काम में लाया जाता है। गन्ने का सर्वाधिक उत्पाद उत्तर प्रदेश में होता है, इसके अतिरिक्त महाराष्ट्र, आन्ध्र प्रदेश, तमिलनाडु, कर्नाटक तथा पंजाब में भी बड़े क्षेत्रफल में गन्ना बोया जाता है। गन्ने की बुआई फरवरी या मार्च में होती है एवं अक्टूबर से लेकर अप्रैल-मई तक इसकी कटाई की जाती है। गन्ने की उपज के लिए बोया गया क्षेत्रफल एवं गन्ने के उत्पादन का विवरण तालिका संख्या- 31 द्वारा स्पष्ट है –

तालिका सख्या-31

गन्ना का बोया गया क्षेत्रफल एवं उत्पादन

वर्ष	क्षेत्रफल (लाख हेक्टे0 मे)	उत्पादन (लाख टन मे)	प्रति हेक्टेयर उत्पादन (टन मे)
1970-71	26	1264	48 62
1980-81	27	1542	57 11
1990-91	37	2410	65 56
1995-96	41	2811	68 56
1998-99	41	2887	70 42
1999-2000	42	2993	71 26
2000-2001	43	2992	69 58

(स्रोत- आर्थिक सर्वेक्षण-2000-2001, भारत सरकार, नयी दिल्ली, पृष्ठ-16,17)

तालिका सख्या 31 के अध्ययन करने से स्पष्ट होता है कि गन्ने की उपज के लिए बोया गया क्षेत्रफल जहाँ 1970-71 में 26 लाख हेक्टेयर था, वहीं यह 2000-01 में बढ़कर 43 लाख हेक्टेयर हो गया। इसी तरह प्रति हेक्टेयर उत्पादन में भी वृद्धि हुई है, क्योंकि वर्ष 1970-71 में जहाँ गन्ने का उत्पादन 48 62 टन था, वहीं यह 2000-01 में बढ़कर 69 58 टन पहुँच गया। यह वृद्धि कृषि क्षेत्र में लायी गयी नयी तकनीक का परिणाम है।

गन्ने को एक बार बुवाई कर देने के पश्चात् उससे कई फसले ली जा सकती है। इसके लिए गन्ने को जड़ से न काटकर भूमि की सतह के कुछ ऊपर से काटते हैं जिससे कि जड़े भूमि में ही बनी रहे और अगले वर्ष फिर बढ़कर गन्ने की उत्पत्ति दे सके। जिस समय गन्ने को काटते हैं तो उसी समय गन्ने के विपणन बेचने की प्रक्रिया प्रारम्भ हो जाती है।

गन्ने के एकत्रीकरण की प्रक्रिया बड़े किसानों एवं सहकारी सस्थाओं द्वारा की जाती है। सामान्यतः छोटे किसानों का गन्ना बड़े किसान क्रय कर लेते हैं,

एव उसको सहकारी सस्थाओ को बेच देते है। गन्ने की कुल उत्पत्ति का 13 प्रतिशत बीज व के रस के काम के रूप में लाया जाता है।¹

चीनी मिलों की सस्थाए दो प्रकार की पायी जाती है—(अ) केन्द्रीय समिति या सघ (ब) प्राथमिक गन्ना पूर्ति समिति। इन सस्थाओं के कार्यों में समन्वय व सहयोग स्थापित करने के लिए सहकारी गन्ना यूनियन फेडरेशन है। इन सभी यूनियनों व समितियों के कार्यों की देखभाल के लिए सरकार ने 'गन्ना आयुक्त' के नाम से एक अधिकारी को नियुक्त कर रखा है।

प्रत्येक वर्ष गन्ने की फसल आने से पहले केन्द्रीय समिति या सघ चीनी मिल के आस पास के क्षेत्रों का सर्वेक्षण करती है और उस वर्ष होने वाले गन्ने के उत्पादन का अनुमान लगाती है, जिसके आधार पर यूनियन या समिति मिल मालिकों से अनुबन्ध करती है। मॉग एव पूर्ति को ध्यान में रखकर पूरे मौसम के लिए एक कार्यक्रम बना लिया जाता है जिसके आधार पर पुर्जी तैयार की जाती है, जो प्राथमिक समितियों के माध्यम से गन्ना उत्पादकों तक पहुँचा दी जाती है। गन्ना उत्पादक उस पुर्जी में दिये गये समय पर अपना गन्ना मिल के दरवाजे पर पहुँचा देता है, जहाँ दरवाजे पर लगी मशीन से गन्ने को तोला जाता है। मिल का कर्मचारी गन्ने की तुलनाई हो जाने पर एक लिखित आदेश गन्ना उत्पादक को दे देता है, जिसको दिखाने पर मिल का रोकडिया गन्ने की रकम का भुगतान कर देता है। कहीं-कहीं पर भुगतान सहकारी सघ ही कर देती है, जो बाद में मिल से इकट्ठा भुगतान प्राप्त कर लेती है। प्रत्येक मिल के दरवाजे पर गन्ना यूनियन का दफ्तर होता है, जिसका काम गन्ने की उचित तौल कराकर उसका तुरन्त भुगतान दिलाना है। गन्ना समितियों व यूनियनों को इस बिक्री पर कुछ प्रतिशत कमीशन भी मिलता है, जिसका एक तिहाई भाग उस क्षेत्र के विकास परिषद को चला जाता है।

गन्ना समितियाँ खाद, बीज व यन्त्र आदि उपलब्ध करवाती हैं जिससे गन्ने के किस्म व गुण में सुधार हो सके। ये समितियाँ या सस्थाए कर्मचारियों को प्रशिक्षण देती हैं साथ ही साथ गन्ना उत्पादकों एव मिलों में तालमेल बनाये रखने

¹ शर्मा एव जैन, *बाजार व्यवस्था*, साहित्य भवन पब्लिकेशन्स, आगरा, पृष्ठ-273।

का कार्य करती है। गन्ना उत्पादको को आवश्यकता पडने पर ये समितियाँ सस्ते दर पर गन्ना के उत्पादन एवं विपणन के लिए ऋण की व्यवस्था भी करती है।

गन्ने की खेती मुख्य रूप से चीनी उद्योग पर निर्भर है। चीनी उद्योग भारत में सगठित उद्योगों में से एक महत्वपूर्ण उद्योग है। गन्ना उत्पादन के क्षेत्र में विश्व में भारत का प्रथम स्थान है एवं चीनी उत्पादन में द्वितीय स्थान प्राप्त है। चीनी उत्पादन हेतु सहकारी चीनी मिलों का प्रारम्भ 1933 में हुआ, उस समय कुछ ही सहकारी चीनी मिलें स्थापित की गयीं। लगभग दो दशक तक इस दिशा में कोई प्रगति नहीं हुई। सहकारी क्षेत्रों में चीनी मिलों का विकास उस समय प्रारम्भ हुआ जब बम्बई प्रान्त में सहकारी चीनी मिलें प्रारम्भ की गयीं। इन चीनी मिलों की कार्यकुशलता एवं सफलता से प्रोत्साहित होकर अन्य राज्यों के गन्ना उत्पादकों तथा अधिकारियों ने सहकारी आधार पर चीनी मिलों के गठन की योजना बनायी। अतः प्रथम पंचवर्षीय योजना—काल में बम्बई में 13 तथा पंजाब में 3 सहकारी चीनी मिलें स्थापित करने हेतु अनुज्ञापत्र प्रदान किये गये।

सदस्यता — सहकारी चीनी मिलें मुख्यतः गन्ना उत्पादकों की प्राथमिक प्रकरण समितियाँ हैं। इन मिलों के लगभग 94 प्रतिशत सदस्य गन्ना उत्पादक हैं। अतः स्पष्ट है कि अधिकांश सहकारी चीनी मिलें गन्ना उत्पादकों द्वारा ही सगठित एवं स्थापित की गयी हैं। ये मिलें कच्चे माल के लिए अपने सदस्यों पर निर्भर रहती हैं। चीनी मिलों के उत्पादन के लिए कुल गन्ने की खपत के लगभग 95 प्रतिशत गन्ने की पूर्ति सदस्यों द्वारा की जाती है। इस समय सहकारी चीनी मिलों की सदस्यता 14 21 लाख है।

वित्तीय साधनों के स्रोत — सहकारी चीनी मिलों की पूँजी—ढाँचे का प्रमुख आधार अंश पूँजी है। वर्ष 1997-98 में सहकारी चीनी मिलों की दर्त पूँजी 311 करोड़ रुपये थी, जिसमें से 117 करोड़ रुपये उत्पादक सदस्यों द्वारा दिये गये थे। इन चीनी मिलों को औद्योगिक वित्त निगम ने ऋण प्रदान किये, जिसका भुगतान 12 वार्षिक किश्तों में किया जा सकता है। केन्द्रीय सरकार औद्योगिक वित्त निगम द्वारा दिये गये ऋण के 50 प्रतिशत के लिए गारण्टी देकर इन चीनी मिलों को वित्तीय

सहायता प्रदान करती है। साथ ही वह राज्य सहकारो को इन चीनी मिलों की अंश पूँजी को क्रय करने के लिए आर्थिक सहायता प्रदान करती है। पूँजी के इन स्रोतों के अलावा, सहकारी चीनी मिलों को अन्य वित्तीय संस्थाओं से भी वित्तीय सुविधाएँ उपलब्ध होती हैं।

वर्ष 1997-98 के अन्त में इन सहकारी चीनी मिलों की कार्यशील पूँजी 1900 करोड़ रुपये थी। इनके पास 440 करोड़ रुपये के सुरक्षित व अन्य कोष थे लेकिन इन पर 745 करोड़ रुपये के ऋण सरकार व बैंकों के शेष थे। साथ ही इन मिलों के पास 330 करोड़ रुपये की जमाएँ भी स्वीकार की गयी थी।² स्थायी पूँजी के अतिरिक्त कार्यशील पूँजी की पूर्ति उत्पादन के बन्धक पर केन्द्रीय सहकारी बैंको, व्यापारिक बैंक तथा भारतीय स्टेट बैंक द्वारा दी जाती है। प्रारम्भ में, जबकि चीनी मिलों के पास पर्याप्त स्टॉक नहीं रहता है, तब ये बैंक राज्य सरकारों की गारण्टी पर 'निरी हुण्डी उधार' दे देते हैं।

देश में चीनी मिलों की वित्तीय रचना का सबसे महत्वपूर्ण पक्ष यह है कि वे एक ऐसी विधि को अपनाती हैं, जिसके द्वारा एक बार उत्पादन प्रारम्भ होने पर पूँजी निर्माण तथा वित्तीय साधनों का उपयुक्त मात्रा में संचय होने की प्रक्रिया स्वयं गतिशील हो जाती है। उत्पादक सदस्यों को गन्ने के लिए दिये जाने वाले मूल्य में से अनिवार्य जमा के रूप में एक निर्धारित भाग काट लेना सामान्य नियम है। इस प्रकार की कटौती की दर 350 रुपये से 500 रुपये प्रति टन तक है। यदि किसी सहकारी चीनी मिल में प्रतिदिन 1000 टन गन्ना पेरने की क्षमता है तो वह 3 से 5 लाख रुपये वार्षिक जमा के रूप में एकत्र कर लेती है। इस तरह की अनिवार्य जमा राशि के अतिरिक्त चीनी उपयुक्त मात्रा में ह्रास तथा संचय की भी व्यवस्था की जाती है।

नयी सहकारी चीनी मिलों की परियोजना की लागत में वृद्धि के फलस्वरूप राष्ट्रीय सहकारी विकास निगम ने सन् 1973 में प्रचलित वित्तीय प्रणाली में महत्वपूर्ण संशोधन किये हैं। नयी प्रणाली के फलस्वरूप ऋण-समता अनुपात

² गुप्ता, बी०पी०, *सहकारिता के सिद्धान्त एवं व्यवहार*, रमेश बुक डिपो, जयपुर, पृ० 137।

65 35 निर्धारित किया गया है। ब्लाक लागत के 35 में जो इक्विटी के रूप में लगाया जाना था, सदस्यों का योगदान ब्लाक लागत से कम से कम 10 होने की आशा की जाती है। शेष 25 प्रतिशत राज्य सरकार से अशर्पूजी अशदान के रूप में प्राप्त करने की अपेक्षा की गयी है। राष्ट्रीय सहकारी विकास निगम इस बात से सहमत है कि वह सहकारिता की दृष्टि से अल्पविकसित राज्यों एवं पिछड़े क्षेत्रों में राज्य सरकार द्वारा 70 लाख रुपये से अधिक किये गये अशर्पूजी के योगदान का 65 प्रतिशत तथा अन्य सभी राज्यों एवं क्षेत्रों में राज्य सरकारों द्वारा 70 लाख रुपये से अधिक किये गये योगदान के 50 प्रतिशत तक सहायता करेगा।

कच्ची चीनी का उत्पादन — सहकारी चीनी मिलों की सबसे बड़ी विशेषता यह रही है कि इसने देश के निर्यात सम्बर्द्धन कार्यक्रम में अधिक से अधिक योगदान किया है। वर्ष 1962-63 में प्रथम बार 8 सहकारी मिलों में 81 हजार टन कच्ची चीनी का उत्पादन किया गया था, जो कुल कच्ची चीनी के राष्ट्रीय उत्पादन (26 लाख टन) का 33 11 प्रतिशत था, जबकि 1985-86 में यह उत्पादन 41 13 लाख टन हो गया, जो कुल कच्ची चीनी के राष्ट्रीय उत्पादन का लगभग 59 प्रतिशत था। सहकारी चीनी मिलों के निर्यात के लिए 1 14 लाख टन कच्ची चीनी की पूर्ति की गयी थी। कुछ समय पहले तक चीनी का निर्यात “भारतीय चीनी मिल संघ” द्वारा किया जाता था। यह संघ ऐसी चीनी मिलों का संगठन है, जो मुख्यतः निजी क्षेत्र में है। सहकारी चीनी मिलें निर्यात हेतु कच्ची चीनी के उत्पादन में साझेदार थीं, अतः वे भी इस व्यवसाय में सम्मिलित होना चाहती थीं। उनकी इस इच्छा की पूर्ति करने के लिए सहकारी चीनी मिलों के राष्ट्रीय संघ ने केन्द्रीय सरकार से परामर्श करके एक स्वतन्त्र संस्था ‘चीनी निर्यात निगम’ स्थापित करने की योजना बनायी। 1997-98 में इन सहकारी चीनी मिलों ने 50 करोड़ रुपये की चीनी का निर्यात किया। 30 जून 1997 को सहकारी चीनी मिलों की स्थिति तालिका संख्या 32 के माध्यम से स्पष्ट है —

तालिका सख्या 32

सहकारी चीनी मिलो की स्थिति

सहकारी चीनी मिलो की सख्या	276
सहकारी चीनी मिलो की सदस्यता	18 लाख
सहकारी चीनी मिलो की अश पूँजी	600 करोड रुपये
सहकारी चीनी मिलो की कार्यशील पूँजी	2307 71 करोड रुपये
सहकारी चीनी मिलो की विक्रय राशि	2870 61 करोड रुपय

(माथुर, बी०एस०, सहाकरिता, साहित्य भवन, आगरा, पृ०-298)

वर्ष 1997-98 मे सहकारी चीनी मिलो ने 35 मिलियन टन गन्ने की पेराई की व 1784 करोड रुपये मूल्य के चीनी का उत्पादन किया।

राष्ट्रीय चीनी मिल सघ—राष्ट्रीय चीनी मिल सघ सहकारी चीनी मिलो की सर्वोच्च सस्था है। इसकी स्थापना 1960 मे सम्बद्ध चीनी मिलो तथा राज्यों के कार्यो एव नीतियो के सघ के साथ समन्वय के लिए की गयी थी इसके अतिरिक्त इस सघ का एक महत्वपूर्ण कार्य नयी सहकारी चीनी मिलो के प्रवर्तन एव सगठन मे सहायता प्रदान करना भी था। राज्य-स्तर पर सहकारी चीनी मिलो के सात सघ स्थापित किये जा चुके है। इन सघो का कार्य सदस्य मिलो की स्थानीय तथा राज्य स्तरीय समस्याओ के सम्बन्ध मे परामर्श तथा मार्गदर्शन प्रदान करना है।

‘राष्ट्रीय चीनी मिल सघ’ सहकारी चीनी मिलो को तकनीकी परामर्श देता है तथा अनिवार्यतया प्रमाणपत्र, नियन्त्रित वस्तुए तथा मशीनो आदि के लिए आयात लाइसेंस प्राप्त करने मे सहायता प्रदान करता है। यह सघ चीनी मिलो के लिए मशीनरी तथा अन्य सामग्री को उपलब्ध कराने हेतु केन्द्रीय तथा राज्य सरकारो

के विभिन्न विभागों तथा अन्य व्यावसायिक संस्थाओं के मध्य सम्पर्क स्थापित करता है। यह संघ उपयुक्त अधिकारियों, जैसे— प्रबन्धक , प्रमुख इंजीनियर, प्रमुख वैज्ञानिकों आदि की नियुक्ति में सहकारी चीनी मिलों की भी सहायता करता है तथा उनकी प्रगति एवं विकास के लिए अनुकूल वातावरण तैयार करता है।

सहकारी चीनी मिलों का प्रबन्ध

सहकारी चीनी मिलों के प्रबन्ध व्यवस्था ने कुछ विचित्र समस्याओं को जन्म दिया है। इन समस्याओं का प्रमुख कारण चीनी मिलों की बढ़ती हुई सदस्यता है। कुछ मिलों में तो उत्पादक सदस्यों की संख्या दस हजार तक पहुँच गयी है। ऐसी स्थिति में प्रबन्ध तथा व्यक्तिगत सदस्यों के मध्य सम्पर्क स्थापित करना कठिन हो जाता है। इसके अतिरिक्त , प्रबन्ध व्यवस्था में व्यक्तिगत सदस्यों के प्रतिनिधित्व तथा उनके निजी विचारों के प्रति अनुक्रियाशील भी होना कठिन है। इस सम्बन्ध में सहकारी समिति पर विचार करने के लिए नियुक्त समिति ने यह सुझाव दिया था कि संचालक मण्डल के लिए क्षेत्रीय आधार पर चुनाव करना अधिक उपयुक्त रहेगा। इस सम्बन्ध में एक सुझाव यह भी दिया गया था कि चुनाव मतपत्रों के माध्यम से हो, न कि 'हाथ उठाकर'।

प्रारम्भिक चरणों में सहकारी चीनी मिलों के संचालक मण्डल का गठन राज्य सरकारों द्वारा किया जाता है। सहकारी चीनी मिलों के संचालक—मण्डल के लिए निर्वाचन एवं नामांकन के सम्बन्ध में केन्द्रीय सरकार द्वारा जो नीति निर्धारित की गयी है, उसमें निम्नलिखित दो बातों पर जोर दिया गया है —

- (1) जहाँ राज्य सरकार सम्पूर्ण संचालन मण्डल को नियुक्त करना आवश्यक समझती है, वहाँ प्रारम्भिक चरण में यह नियुक्ति 3 से 5 वर्षों से अधिक अवधि के लिए नहीं की जानी चाहिए। अतः संचालक मण्डल की नियुक्ति का क्रम बराबर नहीं बना रहना चाहिए तथा कम से कम 2/3 संचालकों की नियुक्ति सदस्यों द्वारा होनी चाहिए।

(2) ऐसी सहकारी चीनी मिलों की दशा में, जिनको न तो राज्य सरकार ने कोई ऋण दिया है और न ही उनको अन्य स्रोतों से प्राप्त ऋण के सम्बन्ध में कोई गारण्टी दी है, संचालक मण्डल के लिए निर्वाचन सामान्य लोकतन्त्रीय आधार पर किया जाना चाहिए। इन मिलों के लिए यह आवश्यक नहीं है कि इनके संचालक मण्डल में राज्य सरकार अपने प्रतिनिधि नामित करे।

सहकारी चीनी मिलों का ग्रामीण क्षेत्रों में योगदान

सहकारी चीनी मिलों का ग्रामीण क्षेत्रों में मुख्य रूप से अत्यन्त महत्वपूर्ण योगदान रहा है। ग्रामीण क्षेत्रों में ये मिलें कृषि औद्योगिक विकास का केन्द्र स्थल बन गयी हैं। चीनी जॉच आयोग के अनुसार, "महाराष्ट्र में सहकारी चीनी मिलों की स्थापना के कारण ही उसके चारों तरफ सामाजिक एवं आर्थिक विकास सम्भव हो सका है तथा इस प्रकार एक नये उपक्रमी वर्ग—ग्रामीण उपक्रमी वर्ग—के विकास में सहायता मिली है। ऐसे नवीन उपक्रमी वर्ग ने सहायक उत्पाद जैसे— एल्कोहल, औषधि निर्माण तथा अखबारी कागज उद्योग का विकास किया है। जिसके फलस्वरूप ये क्षेत्र अन्य सहकारी कार्यक्रमों के विकास जैसे— मुर्गी तथा सुअर पालन के केन्द्र बन गये।

उत्पादक सदस्यों के आर्थिक कल्याण करने के अलावा, इन सहकारी समितियों ने श्रमिकों के हित तथा समाज कल्याण में भी अधिक रुचि दिखाई है। सहकारी चीनी मिलों के क्षेत्र में नयी बस्तियों का निर्माण हुआ है। जिसमें स्कूल, कालेज, तकनीकी प्रशिक्षण संस्थाएँ, अस्पताल, पूजा—स्थल, सांस्कृतिक तथा सामाजिक कार्यक्रमों के केन्द्र स्थापित किये हैं।

अतः स्पष्ट है कि सहकारी चीनी मिलों ने छोटे—छोटे गन्ना उत्पादकों को बड़े पैमाने के संगठन एवं प्रबन्ध का पूरा—पूरा लाभ उठाने का अवसर प्रदान किया है। जहाँ भी सहकारी चीनी मिलें स्थापित हुई हैं, वहाँ उन्होंने ग्रामीण क्षेत्रों के विकास तथा सामाजिक परिवर्तन की एक नयी गति प्रदान की है। ये

सहकारी सस्थाए छोटे उत्पादको की विकेन्द्रित प्रकरण इकाइयाँ होने के कारण समान रूप से विकास योजनाओं के लाभों को वितरित करने तथा समाजवादी समाज की रचना में सहायता प्रदान कर रही है। सहकारी चीनी मिलों के माध्यम से सबसे महत्वपूर्ण लाभ यह हुआ है कि छोटे गन्ना उत्पादकों में आत्म-निर्भरता की भावना जागृत हुई है, इन्हीं कारणों से भारतीय चीनी उद्योग का सहकारी क्षेत्र 'प्रक्रिया उद्योगों का राजकुमार' कहा जाता है।

सहकारी चीनी सस्थाओं की समस्याएँ

भारतीय किसान को गन्ने की खेती के माध्यम से सामाजिक एवं आर्थिक विकास का मौका मिला है, परन्तु साथ ही साथ इसमें लगी सहकारी सस्थाओं को कुछ चुनौतियों का सामना करना पड़ रहा है। ये चुनौतियाँ चीनी मिलों की उत्पाद के वितरण की नहीं हैं, बल्कि उसके उत्पादन से सम्बन्धित हैं। इन चुनौतियों या समस्याओं में कुछ प्रमुख निम्न प्रकार हैं –

► सस्थापित क्षमता का न्यून उपयोग – वर्तमान में सहकारी चीनी मिलों की सबसे बड़ी समस्या उनकी सस्थापित उत्पादन क्षमता का न्यून उपयोग है, इसके प्रमुख कारण निम्न हैं – (1) गन्ने की कमी (2) गन्ने की गुड़ तथा खाण्डसारी बनाने में अधिक खपत, (3) काम रूकने पर कार्यशील घण्टों का नष्ट होना, (4) मिल के क्षेत्र में शीघ्र तथा देर से परिपक्व होने वाले गन्नो की किस्मों की अपर्याप्तता।

► गन्ने की कमी – किसी भी चीनी मिल की कुशलता तथा आर्थिक मितव्ययिता के लिए यह आवश्यक है कि उसे निरन्तर अच्छी किस्म का गन्ना मिलता रहे। यद्यपि इस सम्बन्ध में सम्पूर्ण क्षेत्र की स्थिति सन्तोषप्रद है, क्योंकि पेरे जाने वाले गन्ने का 80-90 प्रतिशत गन्ने की पूर्ति सदस्य उत्पादक द्वारा की जाती है और केवल 10 से 20 प्रतिशत गन्ने के लिए गैर उत्पादक सदस्यों पर निर्भर रहना पड़ता है। फिर भी, यदि प्रत्येक मिल के सन्दर्भ में गन्ने की पूर्ति का विश्लेषण किया जाय तो यह ज्ञात होता है कि अधिकांश उत्पादक सदस्य

गन्ने की पूर्ति नहीं करते हैं। कुछ मिलों में तो उनके द्वारा केवल 40 प्रतिशत ही गन्ने की पूर्ति की जाती है।

► अशपूँजी का पर्याप्त निर्माण नहीं – पूँजी सचय का एक महत्वपूर्ण स्रोत गन्ना उत्पादकों को दिये जाने वाले बिक्री मूल्य में से एक निश्चित रकम की अनिवार्य कटौती है। यह कटौती मिलों के पास न लौटायी जाने वाली राशि के रूप में संचित रहती है। इस कटौती की दर 350 रुपये से 500 रुपये प्रति टन है। परन्तु कई सहकारी चीनी मिलें नियमित रूप से इस तरह की कटौती नहीं करती हैं। फलस्वरूप इस क्षेत्र में वांछित सीमा तक अशपूँजी के आधार का निर्माण सम्भव नहीं हो सका है। अनिवार्य कटौती इसलिए भी नहीं की जा सकी है कि उत्पादक सदस्यों को जमा राशियों पर अन्य सस्थाओं से अधिक लाभ (ब्याज) मिलता है, जिस कारण वे नहीं चाहते कि चीनी मिलें उनकी बिक्री की रकम से कटौती करें।

► सहायक उत्पादों का न्यून उपयोग – अभी तक चीनी के सहायक उत्पादों के लाभप्रद उपयोग की समस्या का कोई हल नहीं निकल सका है। सीरा और खोई का बहुत अधिक स्टॉक मिलों में पड़ा हुआ है, और नष्ट हो रहा है। इसके लाभप्रद प्रयोग अन्यत्र सम्भव नहीं हो सका है।

► सामायिक अकेंक्षण का अभाव – सहकारी चीनी मिलों में सामायिक अकेंक्षण का सदैव अभाव रहता है। परिणामस्वरूप अनेक प्रकार की अकुशलता एवं निष्क्रियता पता नहीं चल पाती है। अकेंक्षण के अभाव में वित्तीय अनियमितता बढ़ जाती है, एवं साथ ही साथ पदाधिकारी एवं कर्मचारी अपने उत्तरदायित्व से मुकर जाते हैं।

► सदस्यों में परस्पर स्पर्धा – अपने क्षेत्रों के आर्थिक क्रिया कलापों में सहकारी चीनी मिलों के नेतृत्व को जो महत्व प्राप्त है, उसी के परिणामस्वरूप सदस्यों में तीव्र-स्पर्धा का जन्म हुआ है। सदस्यों द्वारा मिलों पर पूर्ण नियन्त्रण रखने हेतु संचालक मण्डल की सीटों के लिए इस ढंग से चुनाव कराया जाता है कि न केवल ये चुनाव खर्चीले होते हैं, बल्कि उनसे पारस्परिक मनमुटाव भी

जाता है। दलगत राजनीति से सहकारी चीनी मिले भी प्रभावित हुई हैं और वर्तमान स्थिति यह है कि राजनीतिक दल इन मिलों पर अपना पूरा अधिकार रखने के लिए प्रयत्नशील हैं।

योग्य एवं अनुभवी नेतृत्व का अभाव – सहकारी चीनी मिलों में प्रायः योग्य एवं अनुभवी पदाधिकारियों, कर्मचारियों का अभाव पाया जाता है। सहकारी चीनी मिलों में संचालक मण्डल की नियुक्ति योग्यता के आधार पर न होकर दलगत राजनीति के आधार पर सम्पन्न की जाती है। जिससे इन सहकारी संस्थाओं को कुशल नेतृत्व प्राप्त नहीं हो पाता है, संस्था में हित रखने वाले सदस्यों, कृषकों आदि को सर्वोत्तम कुशलता प्राप्त नहीं हो पाती है। परिणामस्वरूप सहकारी चीनी मिलों की क्षमतानुसार चीनी उत्पादन नहीं हो पाता है। परिणामस्वरूप संस्था में कार्य निष्पादन ठीक ढंग से नहीं हो पाता है। कर्मचारियों एवं सदस्यों में भी आपसी संघर्ष उत्पन्न होता है।

► पूरक उद्योगों का अभाव – सहकारी चीनी मिलों में गन्ना को उपयोग में लेने के पश्चात् जो शेष पदार्थ बचता है, उसका कोई उपयोग नहीं होता। अतः इसके लाभप्रद उपयोग के लिए यह आवश्यक है कि सहकारी चीनी मिलें एल्कोहल सयन्त्र तथा अखबार सयन्त्र के कारखाने स्थापित करें तथा सरकार इन उत्पादों के निर्माण में उनकी आवश्यक सहायता करें।

► अपर्याप्त शक्ति स्रोत – प्रायः सहकारी चीनी मिलों में शक्ति के साधन पर्याप्त मात्रा में सुलभ न होने के कारण मिलों में चीनी उत्पादन का कार्य रुक जाता है। जिससे चीनी उत्पादन कम हो जाता है तथा चीनी के उत्पादन लागत में वृद्धि हो जाती है। जिससे की हानि होने की सम्भावनाएं बढ़ जाती हैं।

सहकारी चीनी मिलों के विकास एवं गन्ना उत्पादक किसानों के आर्थिक कल्याण को अधिकतम करने हेतु सहकारी मिलों में पर्याप्त कच्चे माल की उपलब्धता एवं कुशल प्रबन्ध व्यवस्था सुनिश्चित करने के साथ-साथ ऐसे उपाय करने चाहिए जो उत्पादन प्रक्रिया में वृद्धि करते हों एवं उत्पादन लागत न्यूनतम करने में सक्षम हों।

तिलहनो का विपणन

तिलहनो से तात्पर्य उन बीजो से है, जिनसे खाद्य तेल निकाला जाता है इन बीजो मे मूँगफली, सरसो, लाहा, तिल व अलसी प्रमुख है। समस्त विश्व के तिलहन के उत्पादन का 10 प्रतिशत भाग भारत मे ही पैदा होता है। भारत मे तिलहनो से जितना उत्पादन होता है, उसमे से 70 प्रतिशत भाग मूँगफली का है तथा शेष 30 प्रतिशत भाग मे सरसो , लाहा, तिल व अलसी आते है। मूँगफली के प्रमुख उत्पादक राज्यों मे गुजरात, महाराष्ट्र, कर्नाटक व तमिलनाडु है, जबकि सरसो तथा लाहा के प्रमुख राज्यों उत्तर प्रदेश, राजस्थान व मध्य प्रदेश है। तिल व अलसी के उत्पादन मे उत्तर प्रदेश व मध्य प्रदेश प्रमुख उत्पादक राज्य है।

देश मे तिलहनो का कुल उत्पादन क्षेत्र तथा उत्पादित तिलहन का विवरण निम्न तालिका से स्पष्ट है—

तालिका संख्या 33

तिलहनो का उत्पादन क्षेत्र तथा उत्पादन

वर्ष	उत्पादन क्षेत्र (लाख हेक्टे० मे)	उत्पादन (लाख टन मे)	प्रति हेक्टेयर उत्पादन (किग्रा० मे)
1970—71	166	96	579
1980—81	176	94	534
1990—91	241	186	772
1995—96	260	221	847
1998—99	262	247	943
1999—2000	232	207	892
2000—2001	223	184	825

(स्रोत— आर्थिक समीक्षा 2000—01 भारत सरकार—पृष्ठ—16,17)

उपरोक्त तालिका संख्या 33 से स्पष्ट है कि वर्ष 1970—71 से 1998—99 तक तिलहनो के उत्पादन क्षेत्र एव उत्पादित तिलहनो की मात्रा मे लगातार वृद्धि हुई है, परन्तु 1998—99 मे जहाँ 262 लाख हेक्टेयर उत्पादन क्षेत्र था एव उत्पादन 247 लाख टन हो गया था वही यह घटकर वर्ष 2000—01 मे

उत्पादन क्षेत्र 223 लाख हेक्टेयर तथा उत्पादन की मात्रा केवल 47 लाख टन ही रह गयी। चिन्ता की बात यह है कि 1998-99 के बाद से प्रति हेक्टेयर उत्पादन में कमी आती जा रही है। यही कारण है कि तेल के आयात की मात्रा वर्ष बढ़ती जा रही है।

किसान तिलहन उपज को बीज व उपभोग सम्बन्धी आवश्यकताओं के बाद ही बेचता है। कृषक सरसो-लाहा के कुल उत्पादन का लगभग 14 प्रतिशत अपनी आवश्यकताओं के लिए रोक लेता है। शेष लगभग 86 प्रतिशत भाग का बिक्री करता है। सहकारी क्षेत्र में स्थापित तेल मिले किसानों से तिलहन की उपज का क्रय करती हैं। इन मिलों द्वारा अधिकृत व्यक्ति के माध्यम से क्रय कई तरह से किया जाता है, क्रय की विधि निम्न प्रकार है -

- सहकारी मिलों की तरफ से अधिकृत व्यक्तियों द्वारा किसानों के तिलहन उपज के उत्पत्ती स्थान पर जाकर वहाँ निर्धारित मूल्य पर क्रय करना।

- नियुक्त व्यक्तियों द्वारा गाँव के एक निश्चित स्थान जो , किसानों के लिए सुविधाजनक होता है, वहाँ पर सहकारी सस्था की तरफ से तुलाई आदि की व्यवस्था की जाती है। अतः किसान ऐसे स्थान पर अपनी तिलहन उपज को लाकर दरवाजे पर तुलाई आदि की व्यवस्था करते हैं और किसान अपनी उपज ऐसे मिलों पर ले जाकर विक्रय कर देते हैं।

- नियमित मण्डियों में इन मिलों के प्रतिनिधि जाकर तिलहन उपज का क्रय करते हैं।

तिलहन उपज के मूल्यों में अत्यधिक उतार-चढ़ाव होने के कारण तिलहन विपणन समितियों , सस्थाओं का तीव्र गति से विकास नहीं हो सका है। कच्चे माल की कमी तथा तेल की खली के मूल्यों में काफी अन्तर होने के कारण सहकारी तेल मिलों की सस्थापित क्षमता का पूरा-पूरा उपयोग नहीं किया जा सका है। सामान्यतः सहकारी तेल मिलों द्वारा उनकी 60 प्रतिशत उत्पादन क्षमता का ही प्रयोग किया जा रहा है। उत्पादन क्षमता का पूर्ण उपयोग कुछ अन्य कारणों से भी सम्भव नहीं हो सका है, जैसे- सदस्यों द्वारा पर्याप्त मात्रा में तिलहन उपज का न

मिलना तथा मिलो के कार्य-क्षेत्र में प्रति एकड़ तिलहन का कम उत्पादन होना। इस प्रकार की स्थिति की समीक्षा करने के उपरान्त राष्ट्रीय सहकारी विकास निगम ने निम्नलिखित सुझाव दिये हैं -

► राष्ट्रीय सहकारी विकास निगम द्वारा राज्य सरकारों को यह सलाह दी गयी कि वे तेल मिलों को मूल्य उतार-चढ़ाव कोष का निर्माण करने हेतु सुविधाएँ प्रदान करें जिससे कि वे व्यवसायिक सौदों की व्यवस्था कर सकें।

► जहाँ तक सम्भव हो, सहकारी तेल मिलें अपने विस्तार सम्बन्धी कार्यक्रमों को स्वयं पूरा करें।

► जहाँ कहीं ये समितियाँ प्रति एकड़ तिलहन की उपज कम होने के कारण पर्याप्त मात्रा में कच्चा माल प्राप्त न कर सकें, वहाँ सूचित किये जाने पर कृषि विभाग तिलहन की गहन खेती की व्यवस्था करें।

► अपने वित्तीय साधनों को बढ़ाने के लिए सहकारी तिलहन मिलों को चाहिए कि वे तिलहन उत्पादक सदस्यों द्वारा दी गयी उपज के बिक्री मूल्य का कुछ भाग अशोधनीय जमा-राशियों के रूप में एकत्र करें।

► इन समितियों को उचित व्यावसायिक क्रियाओं के अपनाये जाने पर होने वाले लाभों से अवगत कराया जाय।

► 31 मार्च, 1998 तक तिलहन विपणन एवं प्रकरण समितियों की संख्या 1031 थी। इन समितियों में 172161 सदस्य थे।

कपास या रूई का विपणन

द्वितीय महायुद्ध से पूर्व भारत कपास का निर्यात करता था, तथा जापान भारतीय कपास का प्रमुख आयातक देश था, लेकिन जापान के द्वितीय विश्व युद्ध में सम्मिलित हो जाने के कारण कपास का निर्यात जापान से बन्द हो गया। इधर देश में बढ़ती तीव्र गति से जनसंख्या की उदरपूर्ति के लिए खाद्यान्नों की कमी होने लगी, अतः कपास के लिए बोयी जाने वाली भूमि का खाद्यान्नों की उत्पत्ति के काम आने लगी। स्वतन्त्रता प्राप्ति के पश्चात् देश का विभाजन होने के

परिणामस्वरूप कपास के लिए उपयुक्त मिट्टी जो अच्छे किस्म के कपास का उत्पादन करती थी, वह पाकिस्तान में चली गयी जिससे अच्छे किस्म की रूई का आयात करना पड़ता है। भारत में 25 से 30 प्रतिशत लम्बे रेशे वाली 55 प्रतिशत मध्यम श्रेणी व शेष निम्न श्रेणी के कपास की उत्पत्ति होती है।³

भारत में बोये गये कपास का क्षेत्रफल एवं उत्पादन का विवरण तालिका संख्या 34 से स्पष्ट है—

तालिका संख्या 34

कपास उत्पत्ति के प्रगति का विवरण

वर्ष	क्षेत्रफल (लाख हेक्टेयर में)	उत्पादन (लाख गॉठ में)	प्रतिहेक्टेयर उत्पादन (किलोग्राम में)
1980—81	78	70	152 6
1990—91	74	98	225 0
1995—96	90	129	243 7
1998—99	93	123	224 9
1999—2000	87	115	224 7
2000—2001	86	97	191 7

(स्रोत—‘आर्थिक’ समीक्षा 2001—02, भारत सरकार पृष्ठ 8—16,17) (एक गॉठ=170 किलोग्राम)

कपास का उत्पादन करने वाले राज्यों में प्रथम तीन राज्य क्रमशः महाराष्ट्र (26.63 प्रतिशत), गुजरात (17.96 प्रतिशत) व आन्ध्र प्रदेश (13.75 प्रतिशत) अग्रणी हैं। जो सम्पूर्ण भारत के कुल कपास उत्पादन का 58.34 प्रतिशत कपास उत्पादन करते हैं। शेष कपास उत्पादन करने वाले राज्यों में पंजाब, कर्नाटक, तमिलनाडु तथा मध्य प्रदेश आदि आते हैं। भारत में कपास की दो फसले होती हैं, एव बुआई का समय मार्च से अगस्त तक और कपास चुनने का समय सितम्बर से अप्रैल तक होता है। कपास उत्पत्ति की कई क्रियाएँ होती हैं,

³ शर्मा एव जैन, बाजार व्यवस्था, साहित्य भवन पब्लिकेशनन्स, आगरा, पृष्ठ 262।

जैसे-भूमि तैयार करना, पौधा लगाना, पौधों को बिमारियों व कीटाणुओं से बचाना, निराई करना व फसल एकत्रित करना आदि। अन्तिम प्रक्रिया से कपास के विपणन की तैयारी प्रारम्भ हो जाती है। जिस समय कपास से गूले निकलते हैं, तो कृषक स्वयं या मजदूरों द्वारा कपास एकत्रित करते हैं।

किसानों द्वारा उपज कपास के रूप में बेची जाती है। यह बिक्री कृषक सहकारी क्षेत्र में कार्यरत कपास ओटने वाले कारखानों को बेच देता है। स्थानीय बाजारों में जो उत्पत्ति बेची जाती है उसका 90 से 98 प्रतिशत तक कपास के रूप में होता है। कपास के बिनौले अलग करने का कार्य सहकारी कारखानों द्वारा किया जाता है। मिलों के पास स्वयं की कपास साफ करने वाली मशीनें होती हैं। देश के विभिन्न कारखानों द्वारा इस कार्य के लिए 25 रुपये प्रति गॉठ वसूल किया जाता है।

रुई के वर्गीकरण का आधार रेशों की लम्बाई, सफाई व चमक होती है। साधारणतया रुई को तीन भागों में वर्गीकृत किया जाता है, जो इस प्रकार हैं — पहला— लम्बे रेशे वाली, दूसरा— मध्यम रेशे वाली तथा तीसरा— छोटे रेशे वाली। व्यापारिक दृष्टिकोण से भारत में रुई 14 श्रेणियों में बाँटी जाती है, जिसमें प्रमुख इस तरह हैं — उमरा, बगाल व अमेरिकन, दक्षिणी, मालवी, टिनैवेली, भडौच, कोमिला, सूती, तथा मद्रास उगडा आदि।

कपास की उपज का उचित मूल्य दिलाने के लिए पहली पंचवर्षीय योजनाकाल में कपास प्रकरण एवं विपणन समितियों को स्थापित एवं विकसित करने हेतु कुछ राज्यों में यत्रतत्र प्रयास किये गये थे। परन्तु वास्तव में इस तरह की समितियाँ स्थापित करने के लक्ष्य दूसरी योजना अवधि में ही निर्धारित हो पाये थे। दूसरी पंचवर्षीय योजना में 48 कपास प्रकरण समितियाँ संगठित करने का लक्ष्य रखा गया था। परन्तु इस योजनाकाल में 137 समितियों को राष्ट्रीय सहकारी विकास बोर्ड ने वित्तीय सहायता प्रदान की। विगत वर्षों के दौरान कपास प्रकरण समितियों की प्रगति का विवरण तालिका द्वारा स्पष्ट है —

तालिका सख्या-3 5

कपास प्रकरण समितियों की प्रगति

विवरण	1960-61	1973-74	1981-82	1994-95	1997-98
सख्या	128	204	246	384	384
सदस्यता(हजार में)	59	157	230	324	325
कपास ओटाई (हजार टन में)	उ० न०	400	571	514	510
विक्रय(करोड रुपये में)	8 54	71 84	65 05	54 66	53 61

(स्रोत- माथुर, बी० एस०- सहकारिता, साहित्य भवन, आगरा, पृष्ठ 300)

दबाये गये कपास की मात्रा 1960-61 में 3 82 लाख गॉठ थी, जो 1981-82 में बढ़कर 64 लाख गॉठ हो गयी। वर्ष 1997-98 में 384 कपास प्रकरण समितियाँ थी, जिसमें से 284 समितियों ने रूई धुनाई का कार्य किया।

गेहूँ का विपणन

गेहूँ भारत की खाद्यान उपजों में प्रमुख फसल है। गेहूँ का सर्वाधिक उत्पादन उत्तर प्रदेश में होता है। अन्य मुख्य गेहूँ उत्पादक राज्य पंजाब, हरियाणा व मध्य प्रदेश हैं। उत्तर प्रदेश, पंजाब एवं हरियाणा में देश के सम्पूर्ण गेहूँ उत्पादन का 68.2 प्रतिशत उत्पादन की प्रगति का विवरण तालिका 3.6 द्वारा स्पष्ट है -

तालिका सख्या - 36

गेहूँ के लिए बोया गया क्षेत्रफल एवं उत्पादन

वर्ष	क्षेत्रफल (लाख हेक्टेयर मे)	उत्पादन (लाख टन मे)	प्रति हेक्टेयर (किलोग्राम मे)
1970-71	182	238	1307
1980-81	223	363	1628
1990-91	242	551	2277
1995-96	250	621	2484
1998-99	275	713	2593
1999-2000	275	764	2778
2000-2001	251	687	2737

(स्रोत- आर्थिक सर्वेक्षण-2001-02, भारत सरकार, नयी दिल्ली, पृष्ठ 5-16,17)

उपरोक्त तालिका सख्या-36 का अध्ययन एवं विश्लेषण करने के पश्चात् यह निष्कर्ष निकलता है कि वर्ष 1970-71 से 2000-01 के दौरान गेहूँ के उत्पादन में लगभग तीन गुना वृद्धि हुई है एवं प्रति हेक्टेयर उत्पादन में भी दुगुनी से अधिक वृद्धि हुई है। परन्तु देश की तेजी से बढ़ती हुई जनसख्या के कारण गेहूँ के विपणन में उस अनुपात में वृद्धि नहीं हुई है। किसानों द्वारा औसतन 63 प्रतिशत गेहूँ का उत्पादन बीज एवं स्वयं के उपभोग हेतु रख लिया जाता है, शेष 37 प्रतिशत गेहूँ की उपज को विपणन के लिए रख लिया जाती है।

गेहूँ की फसल के पकने के पश्चात् उसकी कटाई की व्यवस्था की जाती है। कटाई के पश्चात् गेहूँ की उपज प्राप्त करने के लिए किसानों द्वारा गेहूँ की फसल की मड़ाई खेत या खलिहान में सम्पन्न की जाती है। मड़ाई के पश्चात् गेहूँ की सफाई की जाती है। इन क्रियाओं को करने के पश्चात् गेहूँ विपणन के लिए तैयार हो जाता है। गेहूँ के विपणन के लिए उपलब्ध होने पर सहकारी संस्थाएँ गेहूँ के विपणन कार्य को निम्नलिखित ढंग से पूरा करती हैं -

प्रथम—सहकारी सस्थाओं की तरफ से अधिकृत व्यक्तियों या कर्मचारियों द्वारा गेहूँ की खरीद कृषकों के खेत या खलिहान पर जाकर की जाती है। यह विपणन प्रक्रिया उस स्थिति में उपयुक्त होती है, जब किसान बड़े क्षेत्रफल में गेहूँ का उत्पादन करता है।

द्वितीय—सहकारी सस्थाएँ गेहूँ के तैयार होने पर विपणन के लिए गाँव के एक सुविधाजनक स्थान जहाँ गेहूँ की उपज किसानों द्वारा विपणन के लिए लायी जाती है। वहाँ पर सहकारी सस्थाओं की तरफ से तौलाई आदि की व्यवस्था की जाती है। किसान द्वारा गेहूँ की तौलाई कराने के पश्चात् सरकार द्वारा निर्धारित न्यूनतम समर्थन मूल्य के आधार पर भुगतान कर दिया जाता है या सस्थाओं द्वारा कुछ उधार भी खरीद थोड़े समय के लिए की जाती है, उधार खरीद की स्थिति में सहकारी सस्थाओं की तरफ से नियुक्त व्यक्ति द्वारा एक पर्ची दे दी जाती है। इस पर्ची पर खरीद की मात्रा, दर तथा कुल रकम लिखी जाती है, एवं रकम के भुगतान का समय भी लिख दिया जाता है। इस प्रकार कृषक पर्ची पर निर्धारित तिथि के आने पर सहकारी सस्था के कार्यालय पर जाकर भुगतान प्राप्त कर लेता है।

तृतीय—सहकारी सस्थाओं द्वारा अपने स्थापित स्थान पर गेहूँ के विपणन के लिए व्यवस्था की जाती है। अतः कृषक अपनी उपज को यहाँ पर लाने के लिए परिवहन की व्यवस्था करता है। जिसमें बैलगाड़ी, ट्राली, घोड़ा—गाड़ी, ट्रैक्टर आदि शामिल हैं। इन साधनों के माध्यम से गेहूँ सस्था के द्वार पर लाया जाता है और सरकार द्वारा निर्धारित दर के हिसाब से उसको सस्था के द्वार पर विपणन सस्थाओं द्वारा गेहूँ की उपज की तौलाई की जाती है। तौलाई हो जाने के पश्चात् सस्था की तरफ से कृषकों को एक पर्ची दे दी जाती है, जिसमें तौले गये गेहूँ की मात्रा एवं खरीद की दर के साथ—साथ खरीद की कुल रकम भी लिख दी जाती है। इन सस्थाओं द्वारा यदि उधार खरीददारी की जाती है तो भुगतान की अवधि या तिथि भी लिख दी जाती है।

सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं द्वारा उधार खरीद की दशा में यदि कृषकों को खाद, बीज या उपभोक्ता वस्तुओं की आवश्यकता होती है तो सहकारी सस्थाओं के पास यदि ये सुविधाएँ उपलब्ध होती हैं तो कृषक को उनकी उपज के बदले प्रदान की जाती है। सहकारी सस्थाओं द्वारा कृषकों के आर्थिक हित को ध्यान में रखा जाता है। कृषकों को खेत की तैयारी, नये एवं उन्नतशील बीज की व्यवस्था के लिए, सिंचाई व्यवस्था के लिए तथा उत्पादन सम्बन्धी अन्य आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु सरल एवं सस्ते दर पर ऋण की व्यवस्था सहकारी सस्थाएँ उपलब्ध करती हैं। इन समस्त सुविधाओं का लाभ उठाते हुए कृषक अधिकाधिक उत्पादन के लिए प्रोत्साहित होता है, परिणामस्वरूप विपणन आधिक्य में वृद्धि होती है।

चावल का विपणन

भारत में चावल का फसली क्षेत्र एवं उत्पादन अन्य खाद्यानों की तुलना में सर्वाधिक है। भारत में चावल की उत्पत्ति प्रायः सभी भागों में होती है, लेकिन मुख्य उत्पादक राज्य, जो सम्पूर्ण भारत में सर्वाधिक चावल उत्पादन में योगदान देते हैं, उनमें क्रमशः पश्चिम बंगाल, उत्तर प्रदेश, और आन्ध्र प्रदेश हैं। इन राज्यों में सम्पूर्ण चावल उत्पादन का लगभग 42 प्रतिशत चावल उत्पादन होता है। सम्पूर्ण भारत में चावल उत्पादन का क्षेत्रफल एवं उत्पादन की मात्रा का विवरण तालिका 37 द्वारा स्पष्ट है—

तालिका सख्या 37

चावल के उत्पादन की प्रगति

वर्ष	क्षेत्रफल बोया गया(लाख हेक्टेयर में)	उत्पादन (लाख टन में)	प्रति हेक्टेयर उत्पादन (किलोग्राम में)
1980-81	401	536	1336
1990-91	427	743	1740
1995-96	428	770	1799
1998-99	448	861	1921
1999-2000	452	897	1984
2000-2001	443	849	1916

(स्रोत- आर्थिक समीक्षा-2001-02, भारत सरकार पृष्ठ 5-16,17)

“किसानों द्वारा कुल चावल उत्पादन का 46 प्रतिशत भाग उपभोग के लिए तथा अदल-बदल के व्यवहार में, 20 प्रतिशत भाग वस्तु में भुगतान के लिए व 65 प्रतिशत भाग बोने के लिए बीज के रूप में रोक लिया जाता है। इस प्रकार कुल 725 प्रतिशत भाग विपणन प्रक्रिया में सम्मिलित नहीं होता है, शेष 275 प्रतिशत भाग चावल का उत्पादन बिकने के लिए आता है।”⁴

भारत में चावल की तीन प्रमुख फसलें-औस, आमन व बोरो हैं, जो क्रमश सितम्बर से अक्टूबर, दिसम्बर से जनवरी व अप्रैल से मई महीनों में तैयार की जाती हैं। अधिकांश उत्पत्ति औस व आमन फसलों के रूप में होती है। चावल की फसल की कटाई हँसिये के द्वारा की जाती है। कटाई करने के पश्चात् किसानों द्वारा उपज को खेत या खलिहान में इकट्ठा कर लिया जाता है। खेत या खलिहान में इकट्ठा करने के बाद धान को पुआल से अलग कर लिया जाता है। धान को पयाल से अलग कर लेने पर उसको सूखाने के बाद धान मशीन में

⁴ शर्मा एव जैन, बाजार व्यवस्था, साहित्य भवन पब्लिकेशन्स, आगरा, पृष्ठ 254।

डालकर कुटाई की जाती है, तत्पश्चात् साफ-सफाई करके चावल प्राप्त किया जाता है।

न्यूनतम समर्थन मूल्य जो सरकार द्वारा घोषित की जाती है। उसी मूल्य पर सहकारी सस्थाओं द्वारा धान की खरीद की जाती है। वर्ष 2000-01 के लिए 530 रुपये प्रति कुन्तल तथा 2001-02 में 580 रुपये प्रति कुन्तल धान का मूल्य निर्धारित की गयी है। इस निर्धारित दर पर सहकारी सस्थाओं द्वारा धान की उपज तैयार हो जाने पर खरीदा जाता है। यदि किसान बहुत अधिक क्षेत्रफल में धान को तैयार करता है, तो वहाँ खेत या खलिहान में सहकारी सस्थाओं की तरफ से अधिकृत व्यक्तियों द्वारा धान खरीद लिया जाता है। सहकारी सस्थाओं द्वारा गाँव में एक स्थान पर धर्मकोटा लगाकर न्यूनतम समर्थन मूल्य पर धान की खरीददारी की जाती है। इन सहकारी सस्थाओं द्वारा धान की खरीददारी इनके स्थापित स्थान पर भी की जाती है। अतः इसके लिए कृषकों द्वारा सस्था के द्वार पर धान को सुविधाजनक परिवहन व्यवस्था द्वारा लाया जाता है। धान पहुँच जाने पर लगे धर्मकोटा के माध्यम से धान की तौलाई सस्था की तरफ से की जाती है। धान की तौलाई हो जाने पर सम्पूर्ण तौली गयी मात्रा का योग कर लिया जाता है। निर्धारित दर के हिसाब से किसान को धान के सम्पूर्ण रकम की प्राप्ति के लिए एक पर्ची दे दी जाती है। यह पर्ची किसान नकद भुगतान खिडकी पर दिखाकर भुगतान प्राप्त कर लेता है। यदि सस्था द्वारा नकद भुगतान नहीं किया जाता है, तो भुगतान की तिथि पर्ची में लिख दी जाती है। यदि इस बीच किसान को आवश्यक कृषि के लिए उर्वरक, बीज, एव कीटनाशक दवाओं आदि की आवश्यकता होती है, तो वह उस सस्था से प्राप्त कर लेता है, यदि उस सस्था में ये सुविधाएँ उपलब्ध हैं।

सहकारी सस्थाओं द्वारा धान की खरीददारी करने के पश्चात् आवश्यक हो जाता है कि धान से चावल निकाला जाय। अतः कृषि पर आधारित लघु उद्योगों में धान से चावल निकालने की विधायन कार्य का महत्वपूर्ण स्थान है। यह उद्योग सहकारी क्षेत्रों में विशेष प्रगति कर रहा है। अब तक सहकारी चावल मिलों को कार्य कार्यप्रणाली में वृद्धि करने तथा बड़े पैमाने की मितव्ययिताओं का

लाभ उठाने के लिए आन्ध्र प्रदेश , हरियाणा , पंजाब तथा मध्य प्रदेश की राज्य सरकारों ने शीर्ष सहकारी विपणन सघों के साथ मिलकर इन कार्यों को पूरा करने के लिए केन्द्रीय योजनाएँ बनायी हैं। साथ ही साथ यह महसूस किया जा रहा है कि चावल मिलों की कार्यकुशलता बढ़ाने तथा धान से अधिक से अधिक चावल निकालने के लिए यह आवश्यक है कि वर्तमान चावल मिलों को आधुनिक ढंग से सगठित किया जाय। 31 मार्च, 1995 को सम्पूर्ण देश में धान से चावल निकालने वाली 12 समितियाँ कार्यरत थी, जिनके 1437 सदस्य थे। चावल मिलों की संख्या 167 थी, जिनके 1.32 लाख सदस्य थे।¹

सहकारी संस्थाओं द्वारा केन्द्र सरकार की तरफ से निर्धारित मूल्य पर चावल भी क्रय किया जाता है। इसके पीछे दो मुख्य उद्देश्य होते हैं — पहला उद्देश्य तो कृषकों को साहूकार एवं महाजन के शोषण से बचाकर उचित मूल्य दिलाना एवं दूसरा उद्देश्य जन साधारण के वितरण के लिए चावल उपलब्ध कराना। कुछ सहकारी संस्थाएँ किसानों तथा व्यापारियों को ऋण धान या चावल को गिरवी रखकर देती हैं, जो उपज के मूल्य का 3/4 भाग तक हो सकता है।

सहकारी संस्थाओं द्वारा चावल की खरीद की प्रक्रिया उसी तरह की जाती है जैसे धान के क्रय के सम्बन्ध में की जाती है। क्योंकि जो किसान धान का विक्रय नहीं करते हैं वे धान से चावल निकालने की प्रक्रिया स्वयं करते हैं। अतः सहकारी संस्थाएँ ऐसे किसानों से चावल खरीदने का कार्य करती हैं। कुछ सहकारी समितियाँ जो धान से चावल निकालने का प्रकरण करती हैं, उनसे भी सहकारी संस्थाएँ चावल क्रय करती हैं।

अतः धान एवं चावल के विपणन के क्षेत्र में सहकारी संस्थाएँ कृषकों से उनकी उचित दाम पर खरीदकर उन्हें महाजनों एवं साहूकारों के शोषण से बचाती हैं एवं आवश्यकता पड़ने पर आर्थिक मदद करके कृषि कार्य में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। साथ ही साथ सहकारी विपणन संस्थाओं के माध्यम से उपभोक्ताओं को पूरी मात्रा, शुद्ध एवं अच्छी गुणवत्ता वाले चावल उचित कीमत पर

आसानी से उपलब्ध होते हैं। परिणामस्वरूप अर्थव्यवस्था के दो महत्वपूर्ण वर्ग किसान तथा उपभोक्ता की आत्म सतुष्टि में वृद्धि होती है।

बागवानी फसलो का विपणन

बागवानी फसल भारतीय कृषि का अभिन्न अंग है, इससे कुल कृषि उत्पादन का 18 से 20 प्रतिशत भाग प्राप्त होता है। भारत में कृषि शल्य जलवायु की विविधता एवं अनुकूल परिस्थितियों के ही कारण बागवानी फसलो का अच्छा उत्पादन होता है। अंगूर की खेती में हमारी पैदावार 60 टन प्रति हेक्टेयर है, जो विश्व रिकार्ड है। हरी इलायची के विश्व व्यापार में भारत का एकाधिकार है। विदेशों में काली मिर्च की 80 प्रतिशत आपूर्ति अपने ही देश से होती है, विश्व का 65 प्रतिशत अदरक, 76 प्रतिशत हल्दी और 40 प्रतिशत काजू भारत में पैदा की जाती है।⁵ इन सबके बावजूद अन्तर्राष्ट्रीय फल एवं सब्जी मण्डी में हमारी भागीदारी मात्र एक प्रतिशत ही है।

विश्व में बागवानी उत्पादन की बढ़ती निरन्तर माँग, विदेशी मुद्रा अर्जित करने एवं ग्रामीण क्षेत्रों में रोजगार अवसर पैदा करने की उच्च क्षमता और कृषि क्षेत्र में विविधीकरण लाने में बागवानी की महत्वपूर्ण भूमिका के कारण इसे अब नये क्षेत्र के रूप में पहचाना गया है। बागवानी के विकास एवं निर्यात से न केवल किसानों को उनकी उपज के बेहतर दाम मिलेंगे, बल्कि ग्रामीण क्षेत्रों में अत्यन्त उपेक्षित पूँजी निर्माण में भी सहायता पहुँचेगी। सरकार द्वारा आठवीं पंचवर्षीय योजना में बागवानी फसलो के विकास के लिए 1000 करोड़ रुपये आवंटित किया गया।

देश में बागवानी फसलो के उत्पादन का क्षेत्रफल एवं उत्पादन की मात्रा का विवरण तालिका संख्या 38 द्वारा स्पष्ट है —

⁵ प्रतियोगिता दर्पण, जनवरी, 1997, पृष्ठ 1008।

तालिका सख्या 38

बागवानी फसलो का क्षेत्रफल एव उत्पादन

(वर्ष-1999-2000)

फसले	क्षेत्रफल (लाख हेक्टे0मे)	उत्पादन (लाख टन मे)	प्रति हेक्टेयर उत्पादन (टन मे)
फल	38	455	11 97
सब्जियाँ	59 9	908 3	15 16
मसाले	28 7	29 1	1 01
नारियल*	17 8	122 5	6 88
काजू	6 9	5 2	0 75
सुपारी	2 9	3 3	1 14
योग	154 2	1523 4	—

*उत्पादन हजार मिलियन नारियल

(स्रोत- आर्थिक समीक्षा- 2001-02, भारत सरकार, नई दिल्ली, पृष्ठ-191)

भारत मे बागवानी फसलो के उत्पादन एव महत्ता को देखते हुए सहकारी सस्थाए इस क्षेत्र मे पर्याप्त सहयोग दे रही है। निर्धारित कार्यक्रमो के अनुसार 1985-86 के अन्त तक 38 सहकारी फल तथा शाक प्रकरण सस्थाए स्थापित की गयी थी। इन इकाइयो मे से 32 इकाइयाँ कार्यशील थी, शेष सुप्त थी। उस समय इन इकाइयो द्वारा विधायित फल और सब्जियो का मूल्य 3 20 करोड रुपये का था। इन इकाइयो ने 682 लाख रुपये के फल तथा शाक का निर्यात् किया। महाराष्ट्र मे केले तथा चूर्ण बनाने वाले सहकारी सयन्त्र की स्थापना की गयी है। महाराष्ट्र मे नासिक जिले मे प्याज का चूर्ण बनाने वाले सयन्त्र की स्थापना

की गयी है तथा उत्तरी बिहार में पाँच मध्यम आकार वाली फल-शाक प्रकरण सस्थाएँ स्थापित की गयी हैं। बागवानी फसलों के क्षेत्र के प्रकरण एवं विपणन के लिए भी अनेक समितियाँ स्थापित की गयी हैं। इन समितियों में गिरी, काजू, कॉफी, इलायची व चाय के लिए गठित विशेष समितियाँ हैं। ये समितियाँ मुख्यतः केरल, कर्नाटक, आन्ध्र प्रदेश तथा उड़ीसा में हैं।

तमिलनाडु में एक सहकारी चाय कारखाना स्थापित किया गया है जो निजी क्षेत्र के कारखानों की तुलना में चाय उत्पादकों से उनके उपज को अच्छे मूल्य पर खरीदती है। 31 मार्च 1978 तक बागवानी फसलों की 39 सहकारी सस्थाएँ गठित की गयी थीं, जिनमें से 29 में सस्थापन का कार्य पूरा हो गया है। वर्ष 1976-77 में बागवानी सहकारी समितियों ने 81.18 करोड़ रुपये का कारोबार किया।⁶

फल तथा शाक विधायन के विकास में सबसे बड़ी कठिनाई यह है कि उत्पादित वस्तु के लिए आश्वस्त बाजार का अभाव है। समस्या यह है कि फल तथा शाक उत्पादों की बिक्री के लिए आर्थिक विज्ञापन की आवश्यकता होती है। अपने प्रारम्भिक चरणों में इन सहकारी सस्थाओं को निजी क्षेत्र में पहले से स्थापित फर्मों से स्पर्धा करना कठिन हो जाता है। ऐसी स्थिति में प्रारम्भिक अवस्था में इसके लिए राजकीय संरक्षण अति आवश्यक हो जाता है। इस सम्बन्ध में विशेषज्ञों द्वारा यह सुझाव दिया गया कि सहकारी विभाग विशेषकर प्रतिरक्षा, चिकित्सा आदि सहकारी प्रकरण एवं विपणन समितियों द्वारा उत्पादित वस्तुओं को प्राथमिकता दे। 31 मार्च 1998 को 80 फल एवं सब्जी सहकारी समितियाँ इस क्षेत्र में कार्य कर रही थीं।⁷

फल एवं शाक के उत्पाद में वृद्धि लाने के लिए उच्च गुणवत्ता वाले बीजों एवं पौधों को उत्पादन में वृद्धि लाने, किसानों को तकनीकी प्रशिक्षण देने, उत्पादन की वैज्ञानिक पद्धतियों का प्रदर्शन करने और प्रौद्योगिकी हस्तान्तरण पर

⁶ माथुर, बी०एस०, पूर्वोद्धृत, पृ० 303।

⁷ तदैव।

विशेष बल दिया गया है। इसके लिए सहकारी क्षेत्र में अनेक योजनाएँ राज्यों के बागवानी विभागों और अन्य अभिकरणों द्वारा चलाई जा रही हैं।

कटाई के बाद उत्पादों के रख रखाव हेतु सहकारी क्षेत्र में बागवानी फसलों के उत्पादन क्षेत्र में विशेष केन्द्र स्थापित किये जा रहे हैं। इन केन्द्रों पर कटाई, संग्रहण, पूर्व प्रशीतन, पैकिंग, भण्डारण, परिवहन और देश की प्रमुख मण्डियों से वितरण सम्पर्क की सुविधा की जा रही है।

आर्थिक विकास की बढ़ती आवश्यकताओं की पूर्ति एवं विकास प्रक्रिया में तेजी लाने के लिए सहकारी संस्थाओं द्वारा निर्यात संवर्धन की प्रक्रिया शुरू की गयी है। निर्यात संवर्धन में विशेष उत्पादन रीतियों को अपनाने, साज-समान के विकास, बिक्री संवर्धन और पादप-गृहों के विकास से संरक्षित कृषि पर विशेष बल दिया गया है। निर्यात प्रक्रिया को अच्छी तरह सम्पन्न करने के लिए सरकारी सहयोग द्वारा कम से कम 10 हवाई अड्डों में बदलने की दिशा में कार्य प्रगति पर है। ताकि शीघ्र खराब होने वाले कृषि उत्पादों को सीधे ही विभिन्न देशों को निर्यात किया जा सके। हवाई अड्डों पर सुलभ और प्रशीतित वाहनों में परिवहन की सुविधा का विकास प्राथमिक आवश्यकताएँ हैं।

सहकारी शाक एवं फल संस्थाओं की सहायता के लिए एवं आवश्यक सुविधाएँ विकसित करने के लिए सरकारी सहयोग से राष्ट्रीय बागवानी बोर्ड की स्थापना की गयी है, जो सस्ती एवं आसान शर्तों पर ऋण उपलब्ध कराता है। पैकेजिंग एवं बाजार विकास आदि के लिए 'कृषि उत्पाद निर्यात विकास प्रधिकरण' आकर्षक प्रोत्साहन दे रहा है। कटाई के बाद की सुविधाएँ विकसित करने के लिए कुल लागत का 50 प्रतिशत आर्थिक सहायता के रूप में दिया जा रहा है।

इस प्रकार सहकारी संस्थाएँ बागवानी फसलों के उत्पादन एवं विपणन में सरकार की सहायता से कृषकों को उचित मूल्य दिलाने के लिए उत्पादन प्रोत्साहन के साथ-साथ उपभोक्ताओं को अच्छी एवं उचित लागत पर वस्तुएँ प्रदान कर रही हैं।

चतुर्थ सर्ग

- कृषि विपणन एवं सरकार
 - सरकार की भूमिका
 - केन्द्र स्तर पर
 - राज्य स्तर पर
 - वित्तीय संस्थाओं की भूमिका

कृषि विपणन एव सरकार

कृषि विपणन में सरकार की भूमिका के सम्बन्ध में विचारों में बहुत भिन्नता पायी जाती है। पहली विचारधारा के विद्वानों एवं संस्थाओं का मानना है कि किसानों और उपभोक्ताओं के हित में विपणन के क्षेत्र में सुधार करने के लिए सरकार जो कुछ भी कर सकती है, उसे करना चाहिए। वे चाहते हैं कि सरकार को निजी और सहकारी एजेंसियों के साथ सक्रिय प्रतिस्पर्धा में कृषि विपणन सुविधाओं की स्थापना एवं संचालन करना चाहिए, मूल्यों तथा लाभ की सीमा को निश्चित करना चाहिए, विपणन में व्यस्त और अनुमत निजी एजेंसियों की संख्या और स्वरूप को नियमित कर चयनित विपणन क्रियाओं को आर्थिक सहायता देनी चाहिए, जिससे वस्तुओं के विपणन के साथ-साथ विपणन की जाने वाली मात्रा व समय, स्थान तथा रीति को नियन्त्रित किया जा सके। दूसरी विचार धारा यह है कि सरकार द्वारा कृषि विपणन में हस्तक्षेप नहीं करना चाहिए। हेनरी उल्फ के अनुसार “सम्पूर्ण विचार शक्ति एवं सहकारी आन्दोलन में भाग लेने वाले व्यक्तियों की विचार शक्ति से मैंने सीखा है कि सहकारी आन्दोलन का संगठन और संचालन सरकार द्वारा नहीं होना चाहिए। सरकार व्यक्तियों को तो प्रभावित कर सकती है, लेकिन उनकी भावना को बदल नहीं सकती है। सरकार द्वारा निर्मित सहकारिता अधिक महत्वपूर्ण नहीं होती, यदि इस आन्दोलन को महत्वपूर्ण बनाना है तो यह सरकार द्वारा निर्मित नहीं होनी चाहिए, अपितु स्वतः प्रकृति द्वारा निर्मित होना चाहिए।”¹

दोनों विचारधाराओं का अध्ययन करने के पश्चात् हम यह कह सकते हैं कि सहकारी कृषि विपणन को सजीव, गतिमय शक्ति एवं जनप्रिय आन्दोलन बनाने के लिए इसका प्रजातांत्रिक प्रबन्ध एवं संगठन होना आवश्यक है। सहकारी विपणन को सरकारी हस्तक्षेप से मुक्त करने के लिए एक सक्रिय एवं प्रभावपूर्ण

¹ गुप्ता, बी०पी०, सहकारिता के सिद्धांत एवं व्यवहार, रमेश बुक डिपो, जयपुर, पृ० 370-371

नीति अपनानी होगी। सरकारी सहायता को दीर्घकाल तक किसी भी प्रकार उचित नहीं ठहराया जा सकता है। सहकारी योजना समिति के अनुसार, “जैसा कि सहकारी कृषि विपणन जनता का और जनता के लिए है और इसका संचालन भी अधिकाधिक जनता द्वारा किया जाना चाहिए। सरकार द्वारा विपणन को प्रेरित करने का अभिप्राय केवल सहायता प्रदान करना, निर्देशन करना और कर्मचारियों को प्रशिक्षित करना है, विपणन के ऊपर स्थायी नियन्त्रण स्थापित करना नहीं।”¹ वास्तव में सरकार ने सहकारी विपणन के प्रति सहयोग के स्थान पर उदासीनता की नीति अपनायी है। अखिल भारतीय ग्रामीण सर्वेक्षण समिति ने कहा है कि, “भारत में सहकारिता निर्बलों का संगठन है और इसे शक्तिशाली साहूकारों, व्यापारियों और स्थानीय निकायों से प्रतियोगिता अथवा विरोध का सामना करना पड़ा है, अब तक सहकारी आन्दोलन को सरकार का सहयोग यदा-कदा चलन स्वरूप हाथ मिलाने के रूप में मिला है, हाथ में हाथ मिलाकर चलने के रूप में नहीं।”²

सहकारी संस्थाओं को उनके प्रारम्भिक चरणों में सरकारी सहायता से वंचित करना उसी प्रकार है, जिस प्रकार आवश्यक चिकित्सा की सहायता प्रदान किये बिना किसी अपंग बच्चे से अपना सुधार करने के लिए कहना। सहकारी संस्थाओं को प्रदान की जाने वाली सरकारी सहायता का उद्देश्य नयी अथवा दुर्बल सहकारी संस्थाओं का पोषण करना तथा शक्तिशाली निजी क्षेत्र की प्रतिस्पर्धा से रक्षा करना है। सरकार द्वारा सहकारी संस्थाओं को दो स्तरों पर वित्तीय सहायता प्रदान की जाती है, जो इस प्रकार हैं—

► केन्द्र स्तर पर

► राज्य स्तर पर

¹ गुप्ता, बी०पी०, *सहकारिता के सिद्धांत एवं व्यवहार*, रमेश बुक डिपो, जयपुर पृष्ठ 374।

² तदैव, पृष्ठ 375।

सरकार की भूमिका — केन्द्र स्तर पर

स्वतन्त्रता प्राप्त से पूर्व भारत सरकार के एक सहकारी अधिकारी सर नकलसन ने भारत सरकार के समक्ष सरकार के ही सरक्षण में सहकारी आन्दोलन आरम्भ करने की योजना रखी थी। बाद में समय-समय पर सरकारी सरक्षण के अन्तर्गत ही सरकारी आन्दोलन के विकास पर बल दिया गया। प्रारम्भ में सरकार ने न केवल सहकारी आन्दोलन का सूत्रपात किया, बल्कि सहकारी सस्थाओं की स्थापना की और अनेक प्रकार से इस आन्दोलन को नैतिक एवं आर्थिक समर्थन भी प्रदान किया। वास्तव में इस दिशा में पहल करने का श्रेय सरकार को है और यह उसके द्वारा प्रदान की गयी प्रेरणा एवं प्रोत्साहन का ही फल है कि भारत में यह आन्दोलन इतनी प्रगति कर सका।

1931 में गठित केन्द्रीय बैंकिंग जॉंच समिति ने सुझाव दिया था कि, “विपणन के विकास सम्बन्धी कार्यों को प्रारम्भ तथा समन्वित करने के लिए एक केन्द्रीय एजेंसी होनी चाहिए।”¹ 1943 तक भारत सरकार के कृषि विपणन सलाहकार का मुख्यालय नयी दिल्ली में था। बाद में इस कार्यालय का एक बड़ा भाग कुछ समय के लिए अजमेर में स्थानान्तरित कर दिया गया। इसके पश्चात् यह मुख्यालय कई स्थानों पर स्थानान्तरित करने के बाद अब इसे फरीदाबाद में स्थानान्तरित किया गया है। यह निदेशालय फरीदाबाद से कार्यशील होता है तथा खाद्य एवं कृषि मन्त्रालय से सम्बद्ध है। विपणन एवं निरीक्षण निदेशालय निम्नलिखित के सम्बन्ध में विभिन्न योजनाएँ लागू करता है।

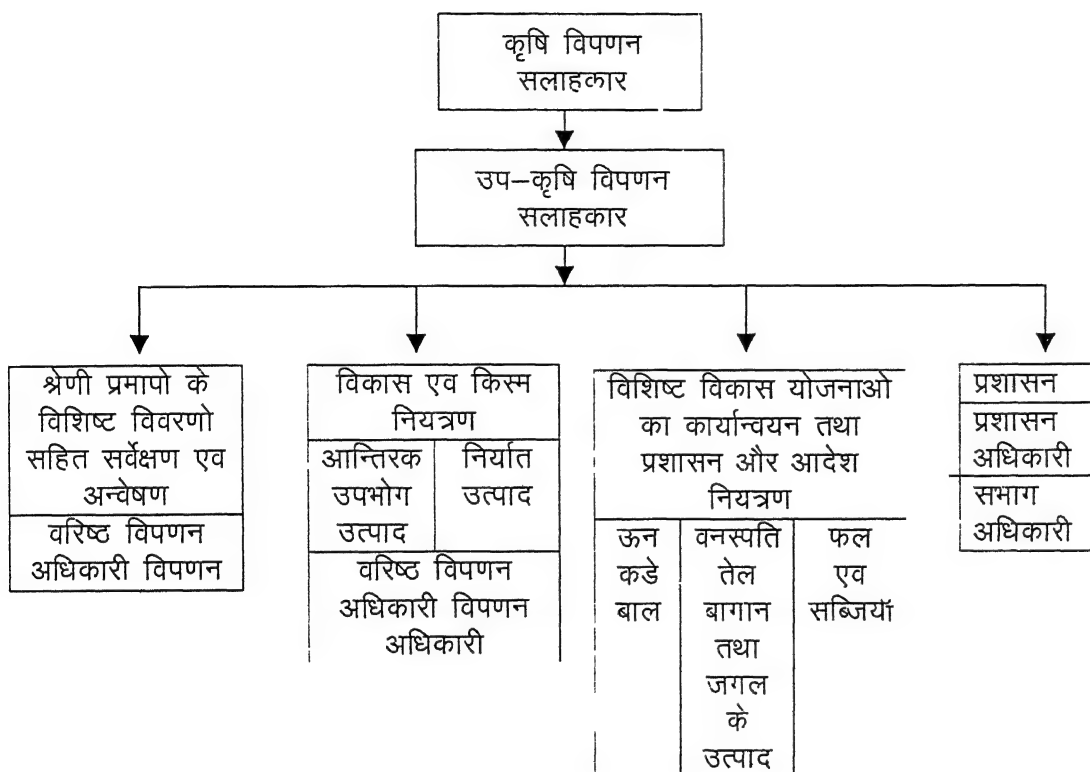
- कृषि, उद्यान कृषि, दुग्धशाला और पशुधन सम्बन्धी वस्तुओं के श्रेणीकरण और प्रमापीकरण का प्रवर्तन,
- बाजार और बाजार-व्यवहारों का वैधानिक नियमन,

¹ कुम्हट, जे०आर० एवं अग्रवाल, जी०सी०, *विपणन प्रबन्ध*, किताब महल, पृष्ठ 543।

- बाजार विस्तार और
- शीत भण्डार आदेश, 1964 का प्रशासन।

चित्र सख्या 2

भारतीय कृषि विपणन विभाग के संगठन का प्रारूप



कृषि उपज की विपणन व्यवस्था को सुधारने के उद्देश्य से नियोजन काल में सरकार ने कई महत्वपूर्ण कदम उठाये हैं। सभी शहरों एवं मण्डियों में गोदामों का निर्माण करने के लिए सरकार ने 'आखिल भारतीय गोदाम निगम', की स्थापना की है। ग्रामीण क्षेत्रों में भण्डारण की सुविधाएँ बढ़ाने के लिए क्रेन्ड्र स्तर पर आवश्यक वित्तीय एवं तकनीकी सहायता उपलब्ध करायी जाती है। किसानों की वित्तीय दशा सुधारने, उन्हें साहूकार एवं महाजनो के चंगुल से बचाने तथा उपज का अच्छा मूल्य प्राप्त करने में समर्थ बनाने के लिए केन्द्र सरकार विभिन्न साख समितियों द्वारा

साख की सुविधा उपलब्ध करवाता है। केन्द्रीय सरकार द्वारा स्थापित सरकारी विपणन व्यवस्था कृषको को मध्यस्थों के शोषण से मुक्ति दिलाने के विचार से आरम्भ की गई है। पंचवर्षीय योजनाओं में केन्द्र सरकार द्वारा ग्रामीण यातायात को महत्व दिया गया है तथा इस दिशा में कुछ प्रगति भी हुई है। केन्द्र सरकार की सहायता से नियन्त्रित मण्डियाँ चालू की गयी हैं, जिनके माध्यम से कृषको के आर्थिक मूल्यों के हितों को सुरक्षा प्रदान की गयी है। बाजार सम्बन्धी सूचनाओं के प्रचार-प्रसार हेतु केन्द्र सरकार द्वारा अनेक उपाय किये गये हैं। 'कृषि मूल्य आयोग' की सिफारिशों के आधार पर सरकार प्रमुख फसलों के लिए न्यूनतम समर्थन मूल्य निर्धारित करती है। भारतीय खाद्य निगम एवं भारतीय कपास निगम आदि एजेन्सियों के माध्यम से कृषि उत्पादों की सरकारी खरीद आरम्भ की गयी है। बाटो एवं मापो को प्रमापीकृत किया गया है। कृषि पदार्थों के श्रेणीकरण एवं मानकीकरण की सुविधा बढ़ायी गयी है। कृषि विपणन के क्षेत्र में केन्द्र सरकार द्वारा विभिन्न प्रकार की कृषिगत सुविधाएँ एवं सहायता का विवरण निम्न प्रकार है—

1937 से अब तक विपणन और निरीक्षण के भारतीय निदेशालय ने कई वस्तुओं के सर्वेक्षण प्रतिवेदन तैयार किये हैं। 60 से अधिक कृषि उपजों तथा पशुधन वस्तुओं के सर्वेक्षण प्रकाशित किये गये हैं। इसके अतिरिक्त कुछ कार्यों और सस्थाओं, जैसे शीतागार, सरकारी विपणन और नियमित बाजार पर प्रतिवेदन प्रकाशित किये गये हैं। निदेशालय सर्वेक्षण प्रतिवेदनो के परिणामस्वरूप एक रूप तौल और माप नियमित बाजारों, भावी सौदों, लाइसेंस शुदा गोदामों, श्रेणियों एवं प्रमापो, निर्यात किस्म नियन्त्रणों जैसे विशिष्ट लाभ प्राप्त हुए हैं। इसके साथ ही किस्म नियन्त्रण प्रयोगशालाओं की स्थापना, सहकारी विपणन का प्रवर्तन, अनुबन्ध की शर्तों का प्रमापीकरण और विपणन समाचारों के लाभ प्राप्त हुए हैं।

विपणन और निरीक्षण निदेशालय द्वारा किये गये सर्वेक्षण स्पष्ट रूप से बताते हैं कि किस्म प्रमापो का अभाव तथा कृषि व्यापार में विभिन्न अनाचारों की विद्यमानता कैसे कृषको एवं उपभोक्ताओं के मध्य विश्वास को उत्पन्न करते हैं।

ऐसी परिस्थितियों में भारत सरकार द्वारा भारतीय विपणन पद्धति में कृषि उपजों के प्रमापीकरण और श्रेणीकरण को लागू करना आवश्यक समझा गया। अतः विभिन्न कृषि वस्तुओं के श्रेणी प्रमाण निर्धारित करने के लिए सरकार द्वारा 1937 में “कृषि उत्पाद श्रेणीकरण और विपणन अधिनियम” लागू किया गया। अधिनियम के लागू हो जाने से सरकार ने कृषि वस्तुओं के वर्ग विभाजन तथा मानकीकरण के लिए बहुत सा कार्य किया है। कृषि उपज (वर्ग विभाजन एवं विपणन) अधिनियम के अधीन घी, आटा, अण्डे आदि वस्तुओं के लिए वर्ग विभाजन केन्द्र स्थापित किये हैं। कृषि विपणन विभाग द्वारा वर्ग विभाजित वस्तुओं पर ‘AGMARK’ की मुहर लगा दी जाती है। इस प्रकार कृषि व उत्पादों के बाजार का विस्तार होता है और उसके लिए अच्छी कीमत प्राप्त होती है। नागपुर में केन्द्रीय गुण नियन्त्रण प्रयोगशाला कायम की गयी है इसी प्रकार देश के विभिन्न भागों में गन्तूर, चेन्नई, कोचीन, कानपुर, राजकोट, साहिबाबाद, जामनगर, बगलौर, पटना, कोलकाता, दिल्ली, काजीकोट, टुटीकोरन, एलिपी, तथा मुम्बई आदि में क्षेत्रीय नियन्त्रण प्रयोगशालाएँ स्थापित की गयी हैं। इन सभी प्रयोगशालाओं का उद्देश्य कृषि वस्तुओं की किस्म एवं शुद्धता का परीक्षण करना है। गुण नियन्त्रण को अधिक मजबूत करने के लिए निरीक्षण को बढ़ाया जा रहा है और वर्ग-विभाजन में उन्नति की जा रही है।

अधिकांश मण्डियों तथा बाजारों में तौल करने के लिए प्रयोग में लाये गये बाट ठीक नहीं होते हैं। साथ ही साथ सभी बाजारों में प्रयुक्त बॉटो एवं मापतौल में समानता नहीं होती है। इससे कृषि विपणन में धोखे व बेइमानी की सम्भावना अधिक रहती है। मापतौल के कार्य पर उचित निरीक्षण की व्यवस्था न होने पर मध्यस्थ वर्ग प्रायः व्यापारियों के हित में ही कृषि माल तौलते हैं, परिणामस्वरूप किसानों को उनकी उपज के विपणन के फलस्वरूप उचित मूल्य नहीं प्राप्त होता। किसानों के इस शोषण से बचाने एवं मण्डी की कुरीतियों से बचाने के लिए सरकार द्वारा देश भर में माप और तौल के बॉटो के मानकीकरण पर ध्यान दिया गया है। सन् 1939 में मानक बाट तथा मापतौल अधिनियम लागू किया गया और नियन्त्रित मण्डियों में इनका प्रयोग अनिवार्य कर दिया गया। पूरे देश में

माप-तौल की मीट्रिक प्रणाली अपनायी गयी और 1962 से इरो अनिवार्य कर दिया गया।

भारत में कृषि उपज की बिक्री के लिये पर्याप्त नियन्त्रित बाजार उपलब्ध नहीं है जहाँ कृषको को उनकी उपज का उचित मूल्य नहीं मिल पाता। जहाँ विपणन के नियम लागू नहीं हैं, वहाँ मण्डियों में मध्यस्थों की संख्या अधिक होती है और वे किसानों का शोषण करते हैं।

किसानों को उनकी उपज का उचित मूल्य मिले इसके लिए केन्द्र सरकार ने राष्ट्रीय स्तर पर मण्डियों के नियमन की व्यवस्था की है। भारत में पहली नियन्त्रित मण्डी 1897 में स्थापित की गयी। 1950-51 में नियन्त्रित मण्डियों की संख्या केवल 265 थी। परन्तु यह संख्या उस समय कृषि विपणन की जरूरत के अनुसार शोषण से बचने के लिए अपर्याप्त थी, परिणामस्वरूप नियन्त्रित मण्डियों की संख्या मार्च 1998 तक 7062 तक पहुँच गयी। यह अनुमान है कि कुल कृषि उपज के लगभग 70 प्रतिशत भाग का क्रय विक्रय इन्हीं मण्डियों के माध्यम से होता है।¹

कृषको को उनकी विपणन योग्य कृषि उपज के आधिक्य की बिक्री का उचित मूल्य दिलाने के लिए केन्द्र सरकार ने काफी समय से मूल्य समर्थन नीति अपनायी है। इस नीति के अर्न्तगत केन्द्र सरकार फसल तैयार होने से पूर्व ही फसल को क्रय करने का न्यूनतम मूल्य घोषित कर देती है। यह न्यूनतम घोषित मूल्य कृषि उत्पत्ति के लागत के विभिन्न पहलुओं को ध्यान में रख कर किया जाता है। यह फसल का बाजार मूल्य न्यूनतम समर्थन मूल्य से कम हो जाता है तो सरकार उस निर्धारित मूल्य पर फसल क्रय करने लगती है। इससे किसानों की चिन्ता समाप्त हो जाती है कि उनकी फसल का उचित मूल्य मिलेगा या नहीं। केन्द्र सरकार द्वारा गत चार वर्षों की घोषित न्यूनतम समर्थन मूल्य का विवरण निम्न सारिणी के माध्यम से दर्शाया गया है।

—

¹ रुद्र दत्त एव सुन्दरम्, के0पी0एम0 —भारतीय अर्थव्यवस्था, एस0 चन्द्र एण्ड कम्पनी लि0, नई दिल्ली पृष्ठ 397

तालिका सख्या 4 1

न्यूनतम समर्थन मूल्य

(रूपये / कुन्तल)

उपज का विवरण	1998-99	1999-00	2000-01	2001-02
धान	440	490	510	530
गेहूँ	510	550	580	610
मोटे अनाज (ज्वार, बाजारा, रागी)	390	415	445	485
मक्का	390	415	445	485
जौ	350	385	430	500
चना	895	1000	1015	1100
अरहर	960	1105	1200	1320
मूँग	960	1105	1200	1320
गन्ना	52 70	56 10	57 50	62 05
मूँगफली	1040	1155	1220	1340
सोयाबीन	795	845	865	885

(स्रोत -आर्थिक सर्वेक्षण, भारत सरकार, नई दिल्ली - 2001-2002 पृष्ठ 5-65)

उपरोक्त तालिका का अध्ययन करने के पश्चात् यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि कृषि लागत में प्रत्येक वर्ष महंगाई के कारण कुछ न कुछ वृद्धि

अवश्य होती हैं, अतः लागत में वृद्धि को ध्यान में रखते हुए केन्द्र सरकार भी वर्ष प्रतिवर्ष कृषि उत्पत्ति के न्यूनतम समर्थन मूल्य में वृद्धि भी उसी अनुरूप करता है। उदाहरणार्थ 1998-99 जहाँ गोहूँ का न्यूनतम समर्थन मूल्य 510 रुपया था, वह 2001-02 में बढ़ाकर 530 रुपया कर दिया गया। यह किसानों को उनकी कृषि उत्पत्ति का उचित मूल्य दिलाने का सकारात्मक कदम है।

भारत सरकार द्वारा किसानों को उर्वरक की उपलब्धता उत्पादन लागत या खरीद मूल्य से कम पर की जाती है ताकि गरीब कृषक उपज की पैदावार बढ़ाने के लिए खेतों में उर्वरक की उचित मात्रा डाल सकें। सरकार के इस कदम से किसानों को सस्ते दर पर उर्वरक उपलब्ध हो जाता है, अतः किसान उत्साहित होकर अधिक कृषि कार्य करता है और उसका कृषि उत्पादन बढ़ता है, परिणामस्वरूप कृषि विपणन योग्य आधिक्य में वृद्धि होती है, इस समय किसानों को 4600 रु० प्रति टन सब्सिडी दी जा रही है। सरकार द्वारा प्रदान की जा रही उर्वरकों पर सब्सिडी की रकम का विवरण निम्न तालिका द्वारा स्पष्ट है -

तालिका सख्या 4 2

भारत सरकार द्वारा उर्वरकों पर प्रदान की गई सब्सिडी
(करोड़ रु० में)

वर्ष	आयातित नियन्त्रित उर्वरक	घरेलू नियन्त्रित उर्वरक	अनियन्त्रित उर्वरक	कुल
1997-98	722	6600	2596	9918
1998-99	174	7473	3790	11387
1999-2000	74	8610	4500	13244
2000-01	1	9480	4310	13800

(स्रोत आर्थिक समीक्षा 2001-02, भारत सरकार, पृष्ठ 196)

परिवहन सुविधा के अभाव में कृषक अपनी उपज तैयार होने पर खेत या गाँव में ही आधे पौने दाम पर बेचने के लिए मजबूर हो जाता है। कृषि उपज के उचित मूल्य न मिलने के कारण कृषको की आर्थिक स्थिति में सुधार नहीं होता, परिणामस्वरूप वह अधिकाधिक कृषि उत्पादन के लिए प्रोत्साहित नहीं होता है। अतः इस दिशा में पंचवर्षीय योजनाओं द्वारा सरकार ने गाँवों को मण्डियों से मिलाने वाली सड़कों के निर्माण की ओर भी ध्यान दिया है जिसमें सामुदायिक विकास कार्यक्रम का योगदान बहुत महत्वपूर्ण रहा है। छठी पंचवर्षीय योजना में एकीकृत ग्रामीण विकास कार्यक्रम के अन्तर्गत ग्रामीण सड़कों के विकास को महत्व दिया गया है। सड़कों के विकास के साथ साथ बैलगाड़ियों में सुधार के प्रयास भी किये गये हैं।

भारत में कृषि मूल्यों का संग्रहण पर गठित जॉच समिति (1954) ने व्यवस्थित रूप से बाजार समाचार की योजना सर्वप्रथम प्रारम्भ की। खाद्यान जॉच समिति (1959) द्वारा खाद्यानों के सम्बन्ध में बाजार समाचार के संगठन एवं विश्लेषण के लिए दिये गये सुझावों को केन्द्र सरकार ने स्वीकार किया। तत्पश्चात् कृषि उत्पादन टोली (फोर्ड फाउन्डेशन) ने भी केन्द्र विपणन पूर्वानुमानों और खाद्यानों और अन्य कृषि उपजों के लिए उत्तरदायित्व सहित, कृषि आर्थिक समाचार संगठन के विकास पर बल दिया। वर्तमान में ऑल इण्डिया रेडियो प्रमुख मण्डियों के भाव प्रसारित करता है। साथ ही साथ दूरदर्शन पर भी कृषि विपणन के प्रचार-प्रसार के लिए कार्यक्रम आयोजित किये जाते हैं। समाचार-पत्रों के माध्यम से कृषक दैनिक मूल्यों, स्टॉक तथा बाजार की गतिविधियों सम्बन्धी सूचनाओं से अवगत होता रहता है।

कृषि विपणन पद्धति में सुधार करने तथा राज्य के विभागों और सहकारिता, नियमित बाजारों आदि के प्रशिक्षित कर्मचारियों की आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए विपणन और निरीक्षण निदेशालय ने 1956 में कृषि में एक वर्ष का प्रशिक्षण देने के लिए एक योजना शुरू की। विपणन के ऐसे महत्वपूर्ण पहलुओं जैसे — पूर्ति, माँग, उपभोग, मूल्य प्रवृत्तियाँ तथा परिवर्तन, बाजार व्यवहार तथा

पदाधिकारी, मूल्य विस्तार तथा सहकारिता विपणन, भण्डारण, परिवहन, वित्त, श्रेणीकरण और प्रमापीकरण में सैद्धान्तिक तथा व्यावहारिक, दोनों प्रकार का प्रशिक्षण दिया जाता है।

राज्य के विपणन विभागों के वरिष्ठ कर्मचारियों को प्रशिक्षण देने के लिए निदेशालय नागपुर में ग्यारह महीनों की अवधि के चार पाठ्यक्रम चलाता है। विपणन सचिवों, बाजार पर्यवेक्षकों आदि के प्रशिक्षण के लिए 4 महीनों के अन्य पाठ्यक्रम चण्डीगढ़, लखनऊ और हैदराबाद में चलाये जाते हैं। श्रेणीकरण पर्यवेक्षकों और कर निर्धारकों के प्रशिक्षण के लिए तीन महीने के पाठ्यक्रम की व्यवस्था मद्रास तथा नागपुर में की गयी है। 1972-73 में भी चण्डीगढ़ में राज्य के श्रेणीकरणकर्ताओं के प्रशिक्षण के लिए तीन महीने की अवधि का पाठ्यक्रम शुरू किया गया।¹ तदनुसार, इस दिशा में बाजार समाचार सम्बन्धी सुधार के लिए समाकालित योजना के अधीन कार्य आरम्भ किया गया है। केन्द्रीय खाद्य और कृषि मंत्रालय के आर्थिक एवं सांख्यिकीय निदेशालय के सहयोग से राज्य सरकारों द्वारा कार्यान्वित किया गया है।

सरकार ने कृषकों के हितों को ध्यान में रखते हुए समय समय पर पुराने ऋणों को समाप्त करने अथवा उनमें कमी करने के उद्देश्य से कानून बनाये हैं, ताकि कृषक ऋण भार से उबरकर अधिक कृषि उत्पादन करके अपनी आर्थिक उन्नति कर सकें। इस सम्बन्ध में 1975 में एक प्रभावी कदम उठाते हुए सरकार ने ऋण की अदायगी यथा सम्भव समाप्त कर दी अथवा स्थगित कर दी। ब्याज दर पर प्रतिबन्ध लगा दिया गया तथा सहकारी समितियों व अन्य वित्तीय संस्थाओं के विस्तार के लिए कदम उठाये गये ताकि ऋण आसान शर्तों पर सुगमता से उपलब्ध कराया जा सके। कुछ परिस्थितियों में ऋण की वसूली के लिए मुकदमे नहीं चलाये जायेंगे और यदि चल रहे हैं तो स्थगित समझे जायें। यदि बिक्री हो गयी है तो उसे अमल में नहीं लाया जा सकता है। इस तरह के अधिनियम असम, आन्ध्रप्रदेश,

—
¹ कुम्भ, जे० आर० एव अग्रवाल, जी०सी०, *विपणन प्रबन्ध*, किताब महल—पृ० 545

हरियाणा, कर्नाटक, मध्यप्रदेश, महाराष्ट्र, पंजाब, त्रिपुरा, राजस्थान, उत्तरप्रदेश, उड़ीसा, पश्चिम बंगाल आदि में लागू कर दिये गये हैं।

केन्द्र सरकार ने 19 मार्च 1990 को अपना बजट प्रस्तुत करते हुए दस हजार रुपये तक के 7560 88 करोड़ रु० के ऋणों को माफ करने की घोषणा की थी।¹

भारत में भण्डारागार सुविधाओं को विकसित करने के महत्व को बहुत समय पहले अनुभव कर लिया गया था। भण्डारागार सुविधाओं द्वारा एक ओर तो दोषपूर्ण सग्रहण से होने वाली हानि को कम किया जा सकता है और दूसरी ओर यह किसानों को उधार प्राप्त कराने के लिए सुविधाजनक उपकरण भी है। कृषि-वित्त उपसमिति ने 1945 में और ग्राम व्यवस्था जाँच समिति ने 1950 में भारत में ग्रामीण वित्त प्रबन्ध के लिए भण्डारण को प्रोन्नत करने की आवश्यकताओं पर बल दिया। भण्डारागार के क्षेत्र में सबसे महत्वपूर्ण और विस्तृत रूप में अखिल भारतीय उधार सर्वेक्षण समिति (1954) की सिफारिशें थीं। इस समिति ने देश भर में भण्डारागारों के विकास करने के लिए तीन स्तरीय प्रणाली की सिफारिश की। राष्ट्रीय स्तर पर भारतीय खाद्य निगम और केन्द्रीय भण्डारागार निगम भारत सरकार द्वारा अखिल भारतीय महत्व के केन्द्रों पर भण्डारागार सुविधाएँ कायम करने का कार्य सौंपा गया। भारत सरकार ने इस समिति नयी सिफारिशों को स्वीकार किया और परिणामतः 1956 में राष्ट्रीय सहकारी विकास एवं भण्डारागार बोर्ड और 1957 में केन्द्रीय भण्डारागार निगम की स्थापना की गयी।

भारत में सार्वजनिक क्षेत्र की दो इकाइयाँ जो केन्द्रीय सरकार द्वारा स्थापित हुई थीं। उनमें से राष्ट्रीय सहकारी विकास एवं भण्डारागार बोर्ड की सिफारिश पर 1964 में 'भारतीय खाद्य निगम' की स्थापना की गयी। इन दोनों निगमों द्वारा भण्डारागारों के अतिरिक्त, शीत गोदाम भी कायम किये गये हैं, जिनके द्वारा सीधे नाशवान कृषि वस्तुओं जैसे—प्याज, आलू, फल, सब्जियाँ, मछली, तथा दुग्ध पदार्थ आदि का सग्रहण किया जाता है। सरकार द्वारा स्थापित इन भण्डारागारों के दो निश्चित भाग हैं—

—

¹ मिश्र, जे०पी०, *भारतीय अर्थव्यवस्था*, मिश्रा ट्रेडिंग कारपोरेशन, वाराणसी, पृष्ठ 253।

(अ) गोदामों को बेहतर एवं वैज्ञानिक सुविधा को उचित लागत पर उपलब्ध कराना,

(ब) किसानों को भण्डारागार की रसीद के रूप में एक सुविधाजनक साख-पत्र उपलब्ध कराना ताकि वे बैंकों से उधार ले सकें। भण्डारागार की स्थापना करके भारत सरकार गोदाम सुविधाओं में तेजी से विकास कर रही है। 1993-94 तक 322 लाख टन की भण्डारण क्षमता कायम की गयी थी। 1996-97 तक 55 लाख टन अतिरिक्त संग्रहण क्षमता कायम की गयी तथा 70 शीत गोदाम स्थापित किये गये।¹ कृषि विपणन को उन्नत करने एवं कृषकों के आर्थिक हितों को ध्यान में रखकर केन्द्र सरकार समय-समय पर आवश्यक उपाय करती रहती है। आवश्यकता पड़ने पर नियम एवं कानून भी बनाकर कृषकों एवं कृषि विपणन के कल्याण एवं विकास का मार्ग प्रशस्त करती है ताकि उत्पादन एवं विपणन की पूरी श्रृंखला प्रभावित न हो सके।

कृषि विपणन में भूमिका—राज्य स्तर पर

भारत में ब्रिटिश राज्य की स्थापना के बाद जब सर्वत्र निर्धनता का साम्राज्य था, कृषक वर्ग साधनहीन हो गया था और अधिकांश कृषक अज्ञानता और अशिक्षा के अन्धकार में डूबी हुई थी, तब ऐसे समाज को पूँजीवादी अर्थव्यवस्था के दोषों तथा पूँजीपतियों के शोषण से मुक्त कराने का एकमात्र मार्ग एवं उपचार सहकारिता का विकास ही था। परन्तु उस समय की विषम परिस्थितियों में, जबकि लोगों में आत्म-विश्वास की भावना का सर्वथा अभाव था, सहकारी आन्दोलन का सूत्रपात राज्य सहायता तथा राज्य सरकार के समर्थन के बिना सम्भव नहीं था। सामान्यतः सहकारिता आन्दोलन को प्राप्त राज्य सहायता कई रूपों में प्राप्त हुई है। नैतिक समर्थन प्राप्त होने के अलावा उसे वित्तीय तथा वैधानिक सहायता भी मिली है, जो इस प्रकार है —

—

¹ दत्त एवं सुन्दरम, *भारतीय अर्थव्यवस्था*, एस0 चन्द्र एण्ड कम्पनी लि0, नई दिल्ली, पृ0 398

- ▶ सहकारी सस्थाओं के संगठन तथा उनकी कार्यप्रणाली के लिए विशेष सहकारी विधान की रचना।
- ▶ विभिन्न ऋण सहायता तथा साहूकारी प्रथा सम्बन्धी अधिनियमों में प्रतिबन्धात्मक प्रावधानों से सहकारी सस्थाओं की सुरक्षा।
- ▶ समय-समय पर आवश्यकता पड़ने पर विशेषज्ञ समितियों की नियुक्ति।
- ▶ सहकारी विभागों के संगठन के लिए राज्य सरकारों की वित्तीय वचनबद्धता।
- ▶ ऋण सहायक अनुदान, उत्पादन के रूप में दी गई वित्तीय सहायता।
- ▶ सहकारी गारंटी तथा सहकारी सस्थाओं की अशर्पूजी में योगदान के रूप में दी गई वित्तीय सहायता।
- ▶ विभिन्न सहकारी सस्थाओं को जो स्वयं प्रबन्धक एवं विशेषज्ञ नियुक्त करने में असमर्थ थीं, प्रबन्ध सहायता करना।
- ▶ ग्रामीण पुनर्निर्माण तथा नियोजित आर्थिक विकास में राज्य सरकार द्वारा नैतिक समर्थन।
- ▶ विशेष रियायतें तथा विशेषाधिकार जैसे —आयकर, स्टाम्प कर, पंजीयन शुल्क, से मुक्ति, निशुल्क प्रेरणा सुविधाएं आदि।

अभी तक राज्य सरकारों ने केवल प्रशासन, संगठन तथा ऋण और अनुदान देकर कुछ वित्तीय सहायता के रूप में सहकारिकता के विकास में रुचि ली। अखिल भारतीय ग्रामीण साख सर्वेक्षण समिति की सिफारिशें स्वीकार करने के बाद से ही राज्य सहायता तथा नियन्त्रण का महत्व अधिक बढ़ गया है। राज्य तथा सरकार, दोनों ने इस बात को स्वीकार किया कि देश के आर्थिक विकास के लिए नियोजित प्रयासों के माध्यम से ही मिलाकर कार्य करने की जरूरत है। ग्रामीण साख सर्वेक्षण साख सर्वेक्षण समिति का सुझाव स्वीकृत होने के बाद से ही राज्य तथा सहकारी आन्दोलन के सम्बन्ध में क्रान्तिकारी परिवर्तन दिखाई देने लगा। तत्पश्चात् राज्य सहकारी सस्थाओं को बड़ी मात्रा में सहायता प्रदान करता है। सहकारी सस्थाओं की अशर्पूजी प्रत्यक्ष अथवा परोक्ष रूप से खरीदने के लिए राज्य सरकारों को राष्ट्रीय कृषि (दीर्घकालीन क्रियाओं) निधि से धन प्राप्त करने की

सुविधाएँ उपलब्ध हैं। विभिन्न प्रकार की साख समितियों की अशपूँजी में राज्य सरकारों का योगदान निरन्तर बढ़ता जा रहा है। प्राथमिक साख समितियों की अशपूँजी में राज्य सरकार का अशदान प्रति समिति 10000 रु० तक ही है। राज्य सरकार द्वारा 10000 रु० तक किये गये अशदान के बराबर के लिए अब यह आवश्यक नहीं है कि सदस्य भी उसके बराबर अशदान दें। राज्य सरकारों को अशपूँजी में भाग देने के लिए आवश्यक धन रिजर्व बैंक से प्राप्त होता है।

कृषि साख समितियों के अलावा विधायन तथा विपणन समितियों को राज्य साझेदारी की सुविधा प्रदान की जा रही है। राज्य सरकारों का विपणन विधायन समितियों के अशों को खरीदने के लिए धन योजना के साधनों में से दिया जाता है। इस दिशा में राज्य सरकारों को भारत सरकार की सहायता राष्ट्रीय सहकारी विकास निगम के माध्यम से प्रदान की जाती है। राज्य साझेदारी के सिद्धांत के अन्तर्गत सहकारी कृषिकरण समितियाँ, डेयरी, सहकारिताएँ की अशपूँजी में भाग लेने के लिए भी केन्द्रीय सरकार योजना के साधनों में से राज्य सरकारों को आवश्यक धन प्रदान करती है।

विभागीय ढाँचा—सहकारी समिति अधिनियम, 1904 तथा 1912 के अन्तर्गत राज्य सरकार पर उत्तरदायित्व डाला गया कि वह इस बात को सुनिश्चित करे कि सहकारी संस्थाएँ उन क्षेत्रों में अथवा समाज के उन वर्गों के हित के लिए सगठित की जाएँ जो कि इनकी आवश्यकताओं तथा महत्व को समझते हों तथा राज्य सरकारें इस बात पर भी ध्यान दें कि संस्थाएँ सगठित होने के बाद आर्थिक इकाइयों के रूप में कार्य करें। दोनों अधिनियम के अन्तर्गत राज्य सरकारों को अधिनियम के प्रावधानों को कार्यान्वित करने के लिए विस्तृत शक्तियाँ प्रदान की गयीं। तदनुसार राज्य सरकारों ने विभिन्न विवादों के निबटारे, लाभांश वितरण की दशाओं, लाभांश की अधिकतम दर आदि के सम्बन्ध में आवश्यक उपनियमों का क्षेत्र निर्धारित किया। उक्त अधिनियम पास हो जाने के बाद, उसके प्रावधानों को फलोत्पादक बनाने के लिए उत्साहपूर्वक प्रयत्न किये गये। इस प्रकार सहकारी विभाग का जन्म हुआ।

सहकारी विभागों के प्रशासनिक ढांचे में रजिस्ट्रार की स्थिति अत्यन्त ही महत्वपूर्ण है। सहकारी समिति अधिनियम के अन्तर्गत रजिस्ट्रार के कर्तव्य पंजीयन के लिए प्रार्थना पत्र प्राप्त करना तथा उनकी जाँच करना, समितियों के उपनियमों तथा उनके सशोधन का पंजीयन करना, सम्पत्तियों तथा दायित्वों का मूल्यांकन करना और अतिदेय ऋणों की सूची तैयार करना, साथ ही साथ यह देखना कि अधिनियम, नियमों तथा उपनियमों का पालन किया जा रहा है या नहीं, माँग किये जाने पर विशेष रूप से निरीक्षण करना, समितियों को भंग करना, उनका समापन करना आदि प्रमुख हैं।

रजिस्ट्रार के उपर्युक्त कार्यों से स्पष्ट है कि सहकारी विभाग जिसका प्रमुख अधिकारी रजिस्ट्रार है एक महत्वपूर्ण एवं बहुत बड़ा विभाग है। अधिकांशतः रजिस्ट्रार की सहायता के लिए एक या अधिक अतिरिक्त अथवा संयुक्त रजिस्ट्रार अथवा राज्य स्तर पर अन्य अधिकारी जैसे— मुख्य अकंक्षक, वित्तीय सलाहकार आदि नियुक्त किये जाते हैं। कुछ राज्यों में रजिस्ट्रार तथा जिला अधिकारियों के मध्य स्तर पर क्षेत्रीय अधिकारी भी नियुक्त किये गये हैं। भारत में सहकारी कृषि विपणन व्यवस्था को मजबूती प्रदान करने के लिए विभिन्न राज्य सरकारों ने अपने अपने क्षेत्र में सहकारी आन्दोलन में निम्नलिखित सहायता प्रदान की है —

जब से सहकारिता के विकास की जिम्मेदारी राज्य सरकारों को सौंपी गयी है तभी से इन समितियों व विशेषज्ञ दलों के माध्यम से आवश्यक सुझाव प्राप्त कर उल्लेखनीय कार्यवाही की जा रही है। सहकारी आन्दोलन को पुनर्संगठित करने के लिए उत्तर प्रदेश, जम्मू कश्मीर, मध्यप्रदेश तथा राजस्थान सरकारों ने विशेषज्ञ समितियाँ गठित की हैं। इन समितियों की सिफारिशों को मानते हुए सरकार ने सहकारी व्यवस्था में जहाँ जरूरत हुआ आवश्यक परिवर्तन किये एवं सहकारी संस्थाओं की स्थापना की। राज्य सरकारें सहकारी विभागों के संचालन व्यय की पूर्ति के अलावा इन संस्थाओं को ऋणों, अनुदान, अशर्तुजी में हिस्सा लेना, गारण्टी लेना आदि के रूप में वित्तीय सहायता प्रदान करती हैं। राज्य सरकारें सहकारी संस्थाओं को वित्तीय सहायता निम्न रूपों में प्रदान करती हैं।

वर्तमान में राज्य का शीर्ष बैंको की पूँजी में लगभग 35 प्रतिशत, केन्द्रीय सहकारी बैंको की पूँजी में 30 प्रतिशत तथा प्राथमिक समितियों की पूँजी में लगभग 10 प्रतिशत अंशदान है। विपणन एवं विधायन समितियों की अंशपूँजी में योगदान देने के लिए राज्य सरकार को 'राष्ट्रीय सहकारी विकास निगम' से सहायता मिलती है। सहकारी सस्थाओं को आर्थिक दृष्टि से सुदृढ़ करने के लिए यह आवश्यक है कि राज्यों की अंशपूँजी में सतुलित हिस्सेदारी हो। मेहता समिति का सुझाव था कि, "सहकारी सस्थाओं के अनुकूलतम स्तर पर पहुँचने के बाद राज्य हिस्सेदारी की निवृत्ति की प्रक्रिया प्रारम्भ हो जानी चाहिए और वह 5 से 8 वर्षों में पूरी हो जानी चाहिए।"¹

सहकारी समितियाँ राज्य सरकारों से ऋण प्राप्त करने की आशा रखती हैं। सहकारी समितियों को पर्याप्त वित्त उपलब्ध करवाने में वित्तीय सस्थाएँ असफल रही हैं। अतः राज्य सरकारें इनकी कार्यकुशलता को बनाये रखने एवं वृद्धि करने के लिए ऋण प्रदान करती हैं। राज्य सरकारें यह ऋण कृषि गोदामों के निर्माण के लिए, कृषकों के लिए पर्याप्त ऋण सुविधा के लिए एवं कृषि उपकरण तथा कीटनाशक दवाओं की पर्याप्त उपलब्धता के लिए ऋण प्रदान करते हैं।

आरम्भ में जब सस्थाएँ स्थापित होती हैं तो इनका व्यवसाय सीमित होने से आय बहुत ही अल्प होती है जबकि संचालन व्यय बहुत अधिक होती है। अतः ऐसे व्यय की पूर्ति के लिए राज्य सरकारें अनुदान देती हैं। विपणन सस्थाओं को यह सहायता कृषि उपज के श्रेणीकरण, कर्मचारियों की नियुक्ति, गोदाम बनवाने अथवा किराये पर लाने अथवा उपभोक्ता कार्यक्रम चलाने के लिए मिलती है। इन सहायताओं के अतिरिक्त राज्य सरकारें सहकारी सस्थाओं के सघों के अकैक्षण, पर्यवेक्षण, तकनीकी सलाह आदि के लिए भी अनुदान देती हैं, ताकि सरकारी सस्थाओं का पथ-प्रदर्शन होता रहे।

यह राज्य सरकारों द्वारा दी गयी सरकारी सहायता की परोक्ष विधि है। इस विधि के अन्तर्गत राज्य सरकारें सहकारी समितियों के द्वारा जारी किये गये

¹ गुप्ता, बी० पी० , सहकारिता के सिद्धान्त एवं व्यवहार, रमेश बुक डिपो जयपुर पृ० 364 ।

ऋणो मूलधन एव ब्याज के पुनर्भुगतान की गारण्टी देती है। यदि सहकारी समितियाँ ऋण या ब्याज चुकाने में असमर्थ रहती हैं तो सम्बन्धित राज्य सरकार स्वयं ऐसे ऋण या ब्याज चुकाने का वायदा करती है। कुछ परिस्थितियों में सहकारी सस्थाओं को ऋण प्रदान करते समय भारतीय रिजर्व बैंक व भारतीय स्टेट बैंक भी राज्य सरकार की गारण्टी चाहते हैं। ऐसा करने से राज्य सरकार इस ऋण के प्रयोग करने पर पर्याप्त निगरानी रखती है, अतः ऋण का सही उपयोग हो इसका राज्य सरकार भरपूर प्रयास करती है। केन्द्रीय भूमि विकास बैंक द्वारा निर्गमित किये जाने वाले ऋणपत्रों के लिए भी राज्य सरकार को गारण्टी देनी पड़ती है। 'अ' वर्ग के ऋण को छोड़कर अन्य केन्द्रीय बैंकों को ऋण देते समय भी रिजर्व बैंक राज्य सरकार की गारण्टी चाहता है। इसी तरह भारतीय स्टेट बैंक भी शीर्ष विपणन सस्थाओं को सीमा से अधिक ऋण देने के लिए राज्य सरकारों की गारण्टी चाहता है।

सहकारी सस्थाओं को राज्य सरकारें रजिस्ट्रेशन फीस तथा स्टाम्प ड्यूटी में छूट देती हैं। ये रियायतें सभी राज्यों में अलग-अलग सीमा तक प्रदान की जाती हैं। ऐसी छूट देने का उद्देश्य राज्यों में कृषि सहकारिता का अधिक मजबूती से विकास करना है।

राज्य सरकारें सहकारी समितियों की विशेषज्ञों की सहायता, तकनीकी सहायता, शिक्षा एवं प्रचार-प्रसार की सुविधाएँ उपलब्ध करता है। इसके अतिरिक्त कृषि अधिकारी, सहकारी अधिकारी, पशुपालन अधिकारी आदि भी सहकारी समितियों को उचित परामर्श देते हैं।

सरकार ने सहकारी विभागों की स्थापना सहकारी संस्थाओं के सेवाओं के लिए ही की है। इन विभागों के अधिकारी सहकारी संस्थाओं को निशुल्क सेवा प्रदान करते हैं, जबकि इनका पूरा व्यय सरकार उठाती है। यह विभाग सहकारी संस्थाओं के अकेक्षण, पर्यवेक्षण एवं निरीक्षण की समुचित व्यवस्था करते हैं।

तृतीय पंचवर्षीय योजना के पश्चात् सरकार ने सहकारी आन्दोलन को आर्थिक दृष्टि से सबल बनाने के लिए अनेक कदम उठाये हैं। सुदृढीकरण कार्यक्रम के तहत आर्थिक दृष्टि से निर्बल व कमजोर दो या दो से अधिक समितियों को मिलाकर एक सुदृढ इकाई बनाने के व्यवस्था की गई है। जिससे कमजोर इकाइयों में आत्मविश्वास जागृत हो और सबल इकाइयाँ बन सकें।

राज्य स्तर पर कृषि विपणन सघ

इन सघों को कुछ राज्यों में सर्वोच्च विपणन सघ भी कहते हैं। इन सघों का उद्देश्य सदस्य कृषकों की कृषि उपज का विक्रय करना व अन्य राज्यों को कृषि राज्यों माल भेजने व निर्यात करने की व्यवस्था करना है। इससे साथ ही उनसे यह अपेक्षा की जाती है, कि वे किसानों के आवश्यकताअनुसार कृषि साधनों व अन्य वस्तुओं को एकत्र करे तथा राज्य में स्थापित सहकारी संस्थाओं के मार्फत उन्हें किसानों को बॉटने की व्यवस्था करे।

जहाँ कृषि उपजों को बिक्री योग्य बनाने के लिए बड़े पैमाने पर अनेक प्रकार के कृषि उपज के विधायन की आवश्यकता पड़ती है वहाँ सर्वोच्च व शीर्ष विपणन सगठन कृषि उपज के विधायन का कार्य करती है। यह उर्वरकों के सम्मिश्रण तथा उन्नत कृषि उपकरणों के उत्पादन तथा किसानों में उनका वितरण करने के लिए उत्पादन इकाइयाँ स्थापित करती है। इसका एक अन्य महत्वपूर्ण कार्य बाजार समाचार का प्रसार करना तथा कृषि उपज के निर्यात, विपणन तथा विधिकरण या विधायन सम्बन्धी कुशल मार्गदर्शन एवं परामर्श करना भी है। राज्य विपणन सगठनों से कुछ विकास कार्यों के सम्पादन की भी अपेक्षा की जाती है,

यह भी कार्य है कि वह कृषि उपज के विपणन, उत्पादन, घरेलू आवश्यकताओं की पूर्ति आदि के लिए सरकारी विभागों से अपना सम्पर्क बनाये रखे। इन सब कार्यों में सुचारु रूप से चलाने के लिए कृषि विपणन सघ को सम्बद्ध समितियों एवं सस्थाओं के कार्यों में समन्वय रखने, उनका पथ प्रदर्शन करने तथा उनके कार्यों का मुल्यांकन एवं निरीक्षण करने के लिए विशेष कर्तव्य भी सौंपे गये हैं।

मार्च 1997 तक देश भर में 27 राज्य विपणन सघ थे, जिनमें से 15 सामान्य उद्देश्यीय विपणन समितियाँ, 2 फल एवं सब्जी विपणन समितियाँ 1 गन्ना आपूर्ति विपणन समिति और 5 अन्य विशिष्ट कृषि उपजों में व्यवहार करने वाली समितियाँ कार्य कर रही हैं। इन राज्य स्तरीय समितियों में कुल सदस्यों की संख्या 10242 थी। देश के विभिन्न राज्यों में स्थापित सहकारी विपणन समितियों की प्रगति का विवरण निम्न तालिका द्वारा स्पष्ट है।

तालिका संख्या 4 3

राज्य विपणन सघों की प्रगति

(करोड़ रुपये में)

वर्ष	कृषि उपजों का विपणन	कृषि साधनों की आपूर्ति	उपभोक्ता सामान्य का वितरण
1960-61	38	12	4
1965-66	74	43	38
1970-71	140	142	20
1976-77	490	455	99
1981-82	466	उ०न०	उ०न०
1994-95	2433	1966	275
1997-98	2443	1991	278

(स्रोत माथुर, बी० एस० सहकारिता, साहित्य भवन आगरा, पृ० 277-78)

अध्ययन करने के उपरान्त पाया गया कि फसल की कटाई के पश्चात् वैज्ञानिक भण्डारण के अभाव में चूहों से 25 प्रतिशत, पक्षी से 85 प्रतिशत, कीट से 255 प्रतिशत तथा नमी से 068 प्रतिशत, अर्थात् कुल 658 प्रतिशत कृषि उपज की क्षति हो जाती है।¹ भण्डारण की समुचित वैज्ञानिक व्यवस्था न होने के कारण कृषकों को उनकी आवश्यकताओं के पूर्ति हेतु फसल की तुरन्त कटाई के बाद अपनी उपज को सस्ते दामों में बेचनी पड़ती थी, जिसके कारण उन्हें कृषि उपज का उचित मूल्य नहीं मिल पाता था। परिणामस्वरूप कृषकों की ऋणग्रस्तता बढ़ती जाती थी और कृषि व्यवसाय अनर्थिक होता जा रहा था। अतः कृषकों को इस नुकसान से बचाने के लिए राष्ट्रीय स्तर पर केन्द्रीय भण्डारण निगम तथा विभिन्न राज्य सरकारों द्वारा राज्य भण्डारण निगमों की स्थापना की गयी है। विभिन्न राज्यों में भण्डारण निगम के अन्तर्गत 30 प्र० राज्य भण्डारण निगम की स्थिति का विवरण निम्न प्रकार है —

उत्तर प्रदेश राज्य भण्डारण निगम

राष्ट्रीय भण्डारण नीति के अन्तर्गत उत्तर प्रदेश राज्य भण्डारण निगम की स्थापना “दी एग्रीकल्चरल प्रोडयूस (डेवलपमेंट एव वायर हाउसिंग) कारपोरेशन एक्ट 1956” के तहत वर्ष 1958 में राज्य सरकार द्वारा की गयी थी। यह अधिनियम बाद में ‘गोदाम अधिनियम 1962’ के रूप में स्थापित हुआ।

स्थापना का उद्देश्य

उत्तर प्रदेश राज्य भण्डारण निगम की स्थापना के उद्देश्य निम्न लिखित हैं—

- प्रदेश में केन्द्रीय भण्डार निगम की पूर्व अनुमति से विभिन्न स्थानों पर गोदाम, भण्डार गृहों का अधिग्रहण एवं निर्माण करना।

¹ सहकारिता विशेषांक, सितम्बर, 2002, यू० पी० कोऑपरेटिव यूनियन लि०, पृष्ठ 5।

► प्रदेश कृषि उपज, बीज, उर्वरक, कृषि यन्त्रों तथा अधिसूचित वस्तुओं के भण्डारण हेतु भण्डार गृहों का संचालन करना।

► कृषि उपज, बीज, खाद्य, उर्वरक, कृषि यन्त्रों व अधिसूचित वस्तुओं का क्रय विक्रय करना, भण्डारण तथा वितरण हेतु केन्द्रीय भण्डारण निगम अथवा सरकार के एजेंट के रूप में कार्य करना।

► कृषि उपज, बीज, खाद्य, उर्वरक, कृषि यन्त्रों तथा अधिसूचित वस्तुओं को भण्डार गृहों पर लाने तथा वहाँ से ले जाने के लिए परिवहन सुविधाएँ उपलब्ध कराना।

► अन्य कार्य, जो केन्द्रीय भण्डारण निगम या राज्य सरकार द्वारा निर्धारित किये जाएँ।

उ०प्र० राज्य भण्डारण निगम में केन्द्रीय भण्डारण निगम, नई दिल्ली व उ०प्र० सरकार दो समानुपाती अंशधारी हैं। भण्डारण निगम का कार्य संचालन निगम के संचालक मण्डल द्वारा निर्धारित नीतियों के अन्तर्गत किया जाता है, जिसमें अध्यक्ष एवं प्रबन्ध निदेशक सहित कुल 11 सदस्य होते हैं। संचालक मण्डल में 5 निदेशक जो केन्द्रीय भण्डारण निगम द्वारा नामित किये जाते हैं। प्रबन्ध निदेशक संचालक मण्डल में पदेन सदस्य है। अध्यक्ष तथा प्रबन्ध निदेशक की नियुक्ति राज्य सरकार द्वारा की जाती है। निगम का मुख्यालय लखनऊ में है, जो 10 क्षेत्रीय कार्यालयों के माध्यम से 176 स्थानों पर भण्डारण की सुविधा उपलब्ध करवा रहा है।

उ०प्र० राज्य भण्डारण निगम के दोनों अंशधारियों राज्य सरकार एवं केन्द्रीय भण्डारण निगम, नई दिल्ली द्वारा अंशों में समता के आधार पर अंश पूँजी विनियोजित किए जाने का प्रावधान है। निगम की अधिकृत तथा विनियोजित अंश पूँजी की वर्तमान स्थिति तालिका 4.5 द्वारा स्पष्ट है —

उत्तर प्रदेश राज्य भण्डारण निगम द्वारा निम्नलिखित अतिरिक्त सुविधाएँ प्रदान की जाती हैं –

- भण्डार गृहों संग्रहीत माल के अनुपात में गुणवत्ता नियंत्रण की व्यवस्था व भण्डारित स्टॉक की देखरेख तकनीकी रूप से प्रशिक्षित कर्मियों द्वारा की जाती है।
- भण्डारित माल की रसीद परिक्राम्य अभिलेख होने के कारण स्टॉक के स्वामित्व परिवर्तन की विधिक व्यवस्था।
- भण्डारण रसीदों के ऊपर बैंकों से उदार शर्तों पर ऋण सुविधा।
- जमाकर्ताओं की ओर से उनके माल के सँभालने एवं परिवहन की व्यवस्था करना।
- आवश्यकता पड़ने पर खाली बोरो की व्यवस्था करना।
- शीघ्र नमी ग्रहण करने वाले पदार्थों, उर्वरक, गुड, मसाले आदि के भण्डारण की विशिष्ट व्यवस्था।
- कृषकों तथा सहकारी संस्थाओं को भण्डारण शुल्क में क्रमशः 20 प्रतिशत तथा 10 प्रतिशत की विशेष छूट।

विशेष कार्य योजना

कीटनाशक सेवा परियोजना के अन्तर्गत निगम द्वारा कृषकों, व्यापारियों, सहकारी एवं निजी संस्थाओं आदि के खाद्यान्नों/कृषि उत्पादों को उनके अपने घरों/गोदामों में ही मामूली शुल्क लेकर वैज्ञानिक विधि द्वारा कीटमुक्त किया जाता है। इससे कृषकों को भण्डारगृह तक अपने उत्पाद को लाने की आवश्यकता नहीं होती है। मूल्य समर्थन योजना के अन्तर्गत राज्य सरकारों द्वारा गेहूँ एवं चावल का क्रय किया जाता है। राज्य सरकारों द्वारा वर्ष 2002-03 के लिए 1 25 लाख मैट्रिक टन गेहूँ खरीदने का लक्ष्य निर्धारित किया गया है। निगम द्वारा वर्ष 1996 में ऊसर सुधार के लिए लगभग 15 50 लाख टन जिप्सम उपलब्ध करवाकर दूरस्थ ग्रामों में पहुँचाया गया है।

कृषको को सरसो व दलहन का उचित मूल्य दिलाने हेतु निगम द्वारा मूल्य समर्थन योजना व क्रय योजना के अन्तर्गत, उझानी, कासगज, कोसीकला मऊरानीपुर, उरई, राठ, कालपी तथा कोच मे राष्ट्रीय कृषि सहकारी विपणन सघ हेतु क्रय किया गया जिससे कृषको को उनकी उक्त उपज का उचित मूल्य मिल सका। कृषक प्रसार सेवा योजना के अन्तर्गत निगम द्वारा फसल की कटाई के बाद के नुकसान को कम करने के उद्देश्य से कृषको के कृषि उपज को वैज्ञानिक ढंग से सुरक्षित रखने हेतु प्रशिक्षित करने का कार्य किया जा रहा है। जिससे कि वह स्वयं अपनी देखरेख में वर्ष भर का स्टॉक, बोने का बीज तथा पशुओं के खाने का अनाज सुरक्षित रूप से भण्डारित कर सके।

कृषि विपणन—वित्तीय संस्थाओं की भूमिका

वर्तमान समय में पूँजी उत्पादन का सबसे महत्वपूर्ण साधन माना जाता है। बिना पूँजी के उत्पादन की कल्पना भी नहीं की जा सकती है। अन्य उद्योगों की अपेक्षा भारतीय अर्थव्यवस्था के विकास का केन्द्र बिन्दु उसका कृषि क्षेत्र है। कृषि क्षेत्र के कुशल एवं विकसित होने पर ही आर्थिक विकास की गति में तेजी आती है, परन्तु कृषि क्षेत्र का विकास कृषको को साख की सुविधाएँ प्रदान किये बिना नहीं किया जा सकता है। कृषक वर्ग को रासायनिक खाद, अच्छे एवं उन्नतशील बीजों, सिचाई की सुविधाओं, आधुनिक उपकरणों तथा कीटनाशक दवाओं, विपणन तथा विधायन की सुविधाओं की जरूरत होती है। ये कृषि की प्रारम्भिक अवस्थाएँ हैं। इनको प्राप्त करने के लिए किसानों के पास पर्याप्त पूँजी उपलब्ध नहीं होती है। समय पर पर्याप्त मात्रा में साख सुविधाएँ उपलब्ध होने पर ये उक्त साधनों को एकत्र करने तथा कृषि उत्पादन बढ़ाने में सफल होंगे। अधिक मात्रा में उत्तम किस्म के आदानों का प्रयोग करने के लिए ग्रामीण साख की अधिक माँग होना स्वाभाविक है। साख सुविधाएँ प्राप्त होने पर किसान श्रम बचाने वाले यन्त्र, उन्नतशील बीज तथा पर्याप्त उर्वरक खरीदने में समर्थ हो सकेंगे।

कृषि वित्त की पर्याप्त व्यवस्था हो जाने पर कृषि उत्पादन में वृद्धि होती है। कृषि की उत्पादन क्षमता में वृद्धि होने पर न केवल उसमें सलग्न एवं प्रयुक्त साधनों की कार्यक्षमता बढ़ती है, बल्कि कृषि उत्पादन की मात्रा में वृद्धि होने पर विपणन योग्य आधिक्य में वृद्धि होती है। कृषि का उद्देश्य केवल लाभ कमाना ही नहीं है, बल्कि यह एक महान सामाजिक कार्य एवं सेवा है। ग्रामीण साख तथा कृषि-उत्पादन की उपर्युक्त विशेषताओं को ध्यान में रखकर कृषि के लिए सस्थागत साख की व्यवस्था करने पर विशेष ध्यान दिया जाने लगा है। सभी विकसित देशों के कृषि विकास के इतिहास से यह ज्ञात होता है कि सस्थागत साख की एक एकीकृत पद्धति ने वहाँ कृषि को अधिक समृद्धिशाली बनाया है। सस्थागत साख का मूल उद्देश्य निर्धनता, अत्यधिक लगाव, ब्याज तथा ऋण के दूषित चक्र को तोड़ना तथा कृषकों को कृषि-उत्पादकता बढ़ाने के लिए प्रोत्साहित करना है।

सस्थागत ऋण शोषणात्मक नहीं होते हैं और उनका मूल उद्देश्य किसानों को उनकी कृषि उत्पादिता बढ़ाने या आय को अधिकतम कराने में सहायता देना है। ब्याज की दर सापेक्ष दृष्टि से केवल नीची ही नहीं होती है, अपितु यह किसानों के भिन्न-भिन्न वर्गों एवं उद्देश्यों के लिए अलग-अलग भी हो सकती है। सस्थागत ऋण में अल्पकालीन एवं दीर्घकालीन ऋणों की आवश्यकताओं में स्पष्ट भेद किया जाता है और उसके अनुसार उधार दिया जाता है। महत्वपूर्ण बात यह है कि सस्थानात्मक ऋण कृषकों की अन्य आवश्यकताओं से पूर्णतः समन्वित होते हैं। किसानों को केवल उधार ही नहीं देते बल्कि उन्हें अपनी कृषि क्रियाओं के आयोजन अर्थात् बीजों, खाद, कीटनाशकों आदि के प्रयोग के लिए उचित व्यवस्था भी की जाती है, जिसमें उन्नत कृषि-विधियों का शिक्षण एवं प्रशिक्षण भी शामिल है।

कृषकों को कृषि उपज की क्रिया को उन्नतशील बनाने तथा कृषि विपणन को विकसित करने में लगी कुछ प्रमुख वित्तीय सस्थाओं का विवरण निम्न प्रकार है —

► भारतीय रिजर्व बैंक

► भारतीय स्टेट बैंक

- ▶राष्ट्रीय कृषि एवं ग्रामीण विकास बैंक
- ▶प्राथमिक कृषि साख समितियाँ
- ▶केन्द्रीय सहकारी बैंक
- ▶राज्य सहकारी बैंक
- ▶भूमि विकास बैंक
- ▶व्यापारिक बैंक
- ▶क्षेत्रीय ग्रामीण बैंक
- ▶इण्डियन फारमर्स फर्टिलाइजर कोऑपरेटिव लिमिटेड (इफको)
- ▶कृषक भारती कोऑपरेटिव लिमिटेड (कृभको)

भारतीय रिजर्व बैंक

भारतीय रिजर्व बैंक देश का केन्द्रीय बैंक है। यह बैंक देश में साख एवं मुद्रा की समुचित व्यवस्था करने का कार्य करता है। इसकी स्थापना 1 अप्रैल 1935 को की गयी। रिजर्व बैंक ऑफ इण्डिया एक्ट 1934 के अनुसार बैंक का मुख्य कार्य, “ बैंक नोटों के प्रचलन का नियमन करना तथा भारत में मुद्रा स्थायित्व करने के उद्देश्य से प्रारक्षण में रखना तथा मुद्रा अथवा साख प्रणाली का देश के हित की दृष्टि से क्रियाकरण करना है।” रिजर्व बैंक व्यापारिक बैंको, सहकारी बैंको एवं सस्थाओं की क्रियाओं पर नियन्त्रण रखता है, उसको निर्देशन देता है तथा उनके बैंक के रूप में कार्य करता है।

यद्यपि ग्रामीण साख प्रदान करने में रिजर्व बैंक ने महत्वपूर्ण भूमिका अदा की है, तथापि यह सहकारी सस्थाओं को प्रत्यक्ष सहायता नहीं देता है। रिजर्व बैंक के लिए देश के दूर-दराज क्षेत्र में फैली अनगिनत सहकारी सस्थाओं को प्रत्यक्ष सहायता देना सम्भव नहीं है। इसलिए भारतीय रिजर्व बैंक शीर्ष सहकारी बैंको के माध्यम से ही सहकारी सस्थाओं पर नियन्त्रण रखता है एवं उन्हें वित्तीय सहायता एवं मार्ग दर्शन देता है। प्रत्येक शीर्ष बैंक रिजर्व बैंक का सदस्य होता है

और उन्हें रिजर्व बैंक निश्चित शर्तों पर ऋण प्रदान करता है। इसी राशि से ही शीर्ष बैंक केन्द्रीय व प्राथमिक सहकारी समितियों की सहायता करते हैं। अपनी स्थापना के समय से ही यह बैंक ग्रामीण एवं सहकारी विकास में रुचि लेता रहा है। ग्रामीण एवं सहकारी विकास में रिजर्व बैंक की महत्ता के बारे में फोर्ड फाउण्डेशन के सलाहकार चैस्टर सी० डविस ने कहा है कि, “संसार के किसी अन्य बैंक ने ग्रामीण साख्य संस्थाओं के विकास में इतना योगदान नहीं दिया है, जितना कि भारत के रिजर्व बैंक ने।”¹

रिजर्व बैंक ऑफ इण्डिया एक्ट की धारा 54 में यह व्यवस्था की गयी है कि ग्रामीण क्षेत्रों में वित्त प्रदान करने के लिए एक विशेष कृषि विभाग की स्थापना करे। रिजर्व बैंक कृषि के लिए ऋण प्रत्यक्ष रूप से न देकर सहकारी संस्थाओं अथवा अन्य बैंकों के माध्यम से देता है। 1 अप्रैल, 1935 को रिजर्व बैंक ने एक विशेष कृषि विभाग की स्थापना की, जिसके कार्य निम्नलिखित हैं —

कृषि साख्य सम्बन्धी समस्त आवश्यकताओं की पूर्ति का पता लगाने के लिए विशेषज्ञों की नियुक्ति करना तथा राज्य सरकारों, केन्द्रीय सरकार, राज्य सहकारी बैंक और अन्य कृषि सम्बन्धी बैंकिंग सलाह देना। बैंक की कृषि साख्य सम्बन्धी क्रियाओं में तथा सहकारी बैंक और कृषि साख्य की पूर्ति करने वाली अन्य संस्थाओं के साथ बैंकों के सम्बन्धों में समन्वय स्थापित करना।

स्वतन्त्रता प्राप्ति के बाद नयी सरकार ने कृषि एवं ग्रामीण विकास के लिए नई नीति अपनायी। सन् 1949 में रिजर्व बैंक का राष्ट्रीयकरण किया गया। सरकार की कृषि एवं ग्रामीण विकास सम्बन्धी नयी नीति को कार्यान्वित करने के लिए रिजर्व बैंक को अपनी परम्परागत नीतियों, व्यवहारों और धाराओं में परिवर्तन करना पड़ा। अनेक विशेषज्ञ समितियों का मानना था कि ग्रामीण वित्त की सतोषजनक व्यवस्था करने के लिए रिजर्व बैंक ही एक उपयुक्त संस्था है। सन् 1951 में सहकारिता विशेषज्ञों का एक सम्मेलन हुआ। सम्मेलन में यह सुझाव दिया

¹ गुप्ता, बी०पी०, *सहकारिता के सिद्धान्त एवं व्यवहार*, रमेश बुक डिपो, जयपुर।

गया कि, “रिजर्व बैंक अधिनियम में इस तरह सशोधन किये जायें जिससे यह ग्रामीण वित्त एवं सहकारी साख की पूर्ति में योगदान दे सके। इसके लिए ऋण प्रदान करने के विधि में सशोधन किये जायें तथा समुचित अध्ययन के बाद एक ऐसी वित्तीय व्यवस्था तैयार की जाय जो मध्यावधि कृषि साख एवं कृषि विपणन को अल्पकालीन वित्त प्रदान करने में सहायक हो।” इन सुझावों को दृष्टिगत रखते हुए भारतीय रिजर्व बैंक अधिनियमों में सशोधन किये गये और नये आवश्यक प्रावधान जोड़े गये। इन प्रावधानों का उद्देश्य सहकारी बैंकों को प्रचुर मात्रा में वित्तीय सुविधाएँ उपलब्ध करवाना था।

ग्रामीण बैंकिंग जॉच समिति का गठन सन् 1949 में किया गया। इस समिति ने ग्रामीण साख की उचित व्यवस्था करने के लिए रिजर्व बैंक को निम्नलिखित कदम उठाने की सलाह दी गयी —

- 1 ग्रामीण साख के विस्तार में आने वाली बाधाओं को दूर करना
- 2 कृषकों में बचत की भावना जागृत करना
- 3 ग्रामों में वित्तीय व्यवस्था सुदृढ़ करना
- 4 ग्रामीण साख का विस्तार करना
- 5 भण्डार गृहों का विकास करना

उपरोक्त सुझावों में से अनेक सुझाव स्वीकृत किये गये व उन्हें कार्यान्वित भी किया गया।

जुलाई 1951 में 14 सदस्यों की एक स्थायी सलाहकार समिति की स्थापना की गयी। इस समिति का कार्य रिजर्व बैंक की नीतियों एवं सहकारी संस्थाओं के कार्यों में समन्वय स्थापित करना था। सन् 1965 में इसका दुबारा गठन हुआ तथा इसे “ग्रामीण तथा सहकारी साख पर स्थायी सलाहकार समिति” का नाम दिया गया। अब इस समिति के कार्य क्षेत्र के विस्तार पहले की अपेक्षा अधिक हो गया। इसका कार्य कृषि साख की व्यवस्था के साथ ही साथ ऐसी सहकारी साख की व्यवस्था करना भी हो गया जो, कृषि उत्पादन से ही सम्बन्धित न होकर कृषि विपणन एवं वितरण साख से सम्बन्धित है।

ग्रामीण साख सर्वेक्षण समिति का गठन सन् 1951 में किया गया। इस समिति ने सन् 1954 में अपनी रिपोर्ट प्रस्तुत की। अपनी रिपोर्ट में समिति ने सहकारी सस्थाओं के पुनर्गठन और नवीन ढाँचे में रिजर्व बैंक की भूमिका के सम्बन्ध में कई महत्वपूर्ण सुझाव दिये।

इस समिति के सुझाव निम्नलिखित थे¹ —

- ▶ समिति ने सुझाव दिया कि उत्पादन कार्यों के लिए अल्पकालीन, मध्यमकालीन व दीर्घकालीन साख प्रदान किया जाये।
- ▶ समिति का दूसरा सुझाव था कि, राज्य को हर कदम एवं स्तर पर सहकारिता में भागीदारी निभानी चाहिए।
- ▶ ग्रामीण वित्त उचित ब्याज पर देना चाहिए और यह वित्त उन्हीं सदस्यों को देना चाहिए, जो इसका सही उपयोग कर सकें।
- ▶ इस समिति ने विपणन, विधायन व भण्डारण के लिए राष्ट्रीय सहकारी विकास तथा मालगोदाम संगठन, एक अखिल भारतीय माल गोदाम निगम तथा अनेक राज्य माल गोदाम संगठन पर बल दिया।
- ▶ सरकार को कृषि के अतिरिक्त अन्य सहकारी सस्थाओं की क्रियाओं में भी भागीदारी निभानी चाहिए।
- ▶ इस समिति ने वित्त व्यवस्था के लिए रिजर्व बैंक के अधीन दो कोष बनाने का सुझाव दिया जिसमें पहला राष्ट्रीय कृषि साख (दीर्घकालीन) कोष, तथा दूसरा राष्ट्रीय कृषि साख (स्थायीकरण) कोष।
- ▶ समिति ने सहकारी कर्मचारियों के शिक्षण एवं प्रशिक्षण का भी सुझाव दिया।

रिजर्व बैंक के सहकारी संस्थाओं के लिए कृषि सम्बन्धी कार्य

¹ गुप्ता, बी०पी०, सहकारिता के सिद्धान्त एवं व्यवहार, रमेश बुक डिपो, जयपुर, पृ० 420।

भारतीय रिजर्व बैंक कृषको को कृषि सम्बन्धी उत्पादन एवं विपणन के लिए आवश्यक धनराशि की पूर्ति विभिन्न सहकारी संस्थाओं के माध्यम से करता है। रिजर्व बैंक कृषि से सम्बन्धित विभिन्न प्रकार की भूमिका निम्न प्रकार है—

वित्त सम्बन्धी कार्य

ग्रामीण क्षेत्रों में रिजर्व बैंक कृषि के लिए निम्न प्रकार की वित्तीय सुविधाएं प्रदान करता है —

भारतीय रिजर्व बैंक सहकारी साख संस्थाओं के माध्यम से ग्रामीण कृषको को मौसमी कृषि काया तथा फसलों के विपणन के लिए अल्पावधि ऋण प्रदान करता है। ये ऋण अल्प अवधि (12 माह तक) के लिए ही दिये जाते हैं। इन ऋणों पर बैंक दर से 2 प्रतिशत कम ब्याज लिया जाता है। रिजर्व बैंक राज्य सहकारी बैंकों के माध्यम से ही ऋण प्रदान करता है। ये ऋण तीन प्रकार के हो सकते हैं—

- I. केन्द्रीय सहकारी बैंकों के लिए राज्य सहकारी बैंकों को दिये गये ऋण
- II. राज्य सहकारी बैंकों को राज्य की सुरक्षा और प्रत्यासी प्रतिभूतियों के विरुद्ध दिये गये ऋण
- III. राज्य सहकारी बैंक को राज्य सरकार की गारण्टी पर दिये गये ऋण

ये अल्पकालीन ऋण कृषि साख की आवश्यकता को पूरा करने एवं ग्रामीण क्षेत्र में साख व्यवस्था को सुदृढ़ व विस्तृत करने के लिए प्रदान किये जाते हैं। रिजर्व बैंक कपास और रूई के विपणन के लिए अलग से ऋण प्रदान करता है। अल्पकालीन साख प्रदान करने हेतु रिजर्व बैंक के दो उद्देश्य हैं — प्रथम, जहाँ तक सम्भव हो ग्रामीण क्षेत्रों में कृषि साख की आवश्यकताओं को पूरा करना एवं द्वितीय, ग्रामीण साख व्यवस्था को सुदृढ़ एवं विस्तृत करने के लिए सहकारी साख ढाँचा तैयार करना। रिजर्व बैंक ऋण देकर पूरे सहकारी ढाँचे को सुदृढ़ता प्रदान करता है। रिजर्व बैंक द्वारा सन् 1974—75 में 490 करोड़ रुपये के अल्पकालीन ऋण स्वीकृत किये जो सन् 1979—80 में बढ़कर 783 करोड़ रु० हो गये। रिजर्व बैंक ने 1983 — 84 में 1069 करोड़ रु० के अल्पकालीन ऋण मजूर किये। इस वर्ष

2610 करोड रु० के ऋणों का पुर्नभुगतान किया गया जबकि बकाया ऋणों की राशि 746 करोड रु० थी। सन् 1984-85 में मजूर ऋण सीमा 1531 करोड रु०, चुकाये गये ऋण 2125 करोड रु० व बकाया ऋण की राशि 634 करोड रुपये थी।

राज्य सहकारी बैंको को अनुमोदित कृषि क्रियाओं के लिए 15 पहीने से लेकर 5 वर्ष तक के लिए राज्य सरकारों की गारण्टी पर मध्यमकालीन ऋण रिजर्व बैंक द्वारा प्रदान किये जाते हैं। यह ऋण बैंक दर से 3 प्रतिशत कम दर पर दिया जाता है। रिजर्व बैंक द्वारा मजूर किये जाने वाले मध्यमकालीन ऋण प्रदान करने का उद्देश्य कुओं का निर्माण, पम्पसेट लगवाने, लघु सिंचाई के साधन की व्यवस्था, मशीनरी की व्यवस्था, कृषि यन्त्र व उनकी मरम्मत आदि कार्यों के लिए दिये जाते हैं।

मध्यमकालीन कृषि साख की सुविधा के सम्बन्ध में रिजर्व बैंक ने केन्द्रीय सहकारी बैंक द्वारा अनुक्षण की जाने वाली मध्यमकालीन ऋण नीतियों के अभिनवीकरण पर हमेशा जोर दिया है, जिसके द्वारा दिये गये मध्यमकालीन अग्रिम का प्रयोग उत्पादक कार्यों के लिए किया जा सके।

रिजर्व बैंक द्वारा स्वीकृत मध्यमकालीन कृषि साख की राशि जो 1970-71 में केवल 121 करोड रु० थी, 1998 में बढ़कर 40 करोड रुपये हो गयी।

रिजर्व बैंक द्वारा दीर्घकालीन ऋण लम्बी अवधि के लिए दिये जाते हैं। इन ऋणों की अवधि 5 वर्ष से 15 वर्ष तक की होती है। इस तरह के ऋण रिजर्व बैंक द्वारा प्रत्यक्ष रूप से नहीं दिये जाते हैं। इसके लिए रिजर्व बैंक भूमि विकास बैंको के ऋणपत्रों को क़य करके ऋण प्रदान करता है। ये ऋण जारी किये गये ऋणपत्रों के 20 प्रतिशत तक होते हैं। ये ऋण राज्य सरकारों की गारण्टी पर प्रदान किये जाते हैं। वर्तमान में रिजर्व बैंक ने ग्रामीण ऋणपत्रों के लिए एक दूसरी योजना प्रारम्भ की है। रिजर्व बैंक केन्द्रीय सहकारी बैंक को इस प्रकार के ऋणपत्रों को जारी करने के लिए प्रोत्साहित करता है। ये ऋण पत्र 15 वर्ष की अवधि के लिए होते हैं। इस प्रकार के ऋण पत्रों पर रिजर्व बैंक को 4 प्रतिशत ब्याज दिया जाता है, जबकि सामान्य जनता को 5 प्रतिशत। रिजर्व बैंक राज्य सरकारों को

सहकारी सस्थाओं के अंश खरीदने के लिए दीर्घकालीन ऋण प्रदान करता है। बैंक ने दीर्घकालीन साख के लिए पुनर्वित्त एवं विकास निगम को वर्ष 1978-79 में 80 करोड़ रुपये के ऋण प्रदान किये। नाबार्ड ने 1984-85 में 7 करोड़ रुपये की ऋण सीमा मंजूर की। इसके दीर्घकालीन बकाया ऋणों की राशि 110 करोड़ रु० हो गयी।

कृषि सम्बन्धी अनेकों प्रकार की वित्तीय सहायता प्रदान करने के अतिरिक्त रिजर्व बैंक सहकारी सस्थाओं के प्रवर्तन, विकास, परामर्श एवं उनमें समन्वय स्थापित करने सम्बन्धी कार्य भी करता है। रिजर्व बैंक समय समय पर सहकारी सस्थाओं के रजिस्ट्रारों एवं सहकारी बैंकों को उनके कार्य-कलापों के सम्बन्ध में परामर्श देता रहता है। बैंक भूमि विकास बैंकों व अन्य सहकारी सस्थाओं को अपनी समस्याओं को दूर करने के लिए सुझाव भी देता है।

रिजर्व बैंक सहकारी सस्थाओं के विकास के लिए विभिन्न पंचवर्षीय योजनाओं में सहकारी साख की प्रगति का मूल्यांकन करता है। विकास के मार्ग में आने वाली कठिनाइयों का पता लगाकर उन्हें दूर करने का सुझाव देता है। इसके लिए समय समय पर विशेषज्ञ समितियाँ, कार्यकारी दल एवं अध्ययन दल गठित किये जाते हैं। ये समितियाँ सहकारिता सम्बन्धी विशेष समस्याओं का अध्ययन कर अपनी रिपोर्ट देती हैं। समय समय पर रिजर्व बैंक राज्य सरकारों एवं शीर्ष सहकारी बैंकों को आवश्यक सलाह एवं सुझाव देता है। फसल ऋण प्रणाली के सम्बन्ध में रिजर्व बैंक ने विशेष प्रयास किये हैं। यह बैंक सहकारी साख व्यवस्था में समन्वय स्थापित करने का कार्य भी करता है। इसके लिए रिजर्व बैंक विभिन्न क्षेत्रों के सहकारी संगठनों जैसे राष्ट्रीय सहकारी विकास निगम, राज्य सहकारी बैंक व केन्द्रीय भूमि विकास बैंक के राष्ट्रीय संगठनों से सम्पर्क बनाये रखता है। इस तरह रिजर्व बैंक सहकारी साख व्यवस्था में उचित समन्वय स्थापित कर उनका व्यवस्थित विकास करने का प्रयत्न करता है।

बैंकिंग कानून (सहकारी सस्थाओं पर लागू होने वाले) अधिनियम, 1965 के पास हो जाने से सहकारी बैंकों के बैंकिंग कार्यों के सम्बन्ध में रिजर्व बैंक

की शक्तियों तथा उत्तरदायित्वों में पर्याप्त विस्तार हुआ है। इस अधिनियम के मुख्य प्रावधान जो 1 मार्च, 1966 से लागू कर दिये गये हैं। उन सभी सहकारी बैंकों एवं संस्थाओं के लिए जिन पर यह अधिनियम लागू होता है, यह आवश्यक हो गया है कि वे इस अधिनियम के प्रारम्भ होने की तिथि से 3 महीने के भीतर लाइसेंस के लिए रिजर्व बैंक को एक प्रार्थना पत्र भेजे।

प्रत्येक सहकारी बैंक को अनुसूचित राज्य सहकारी बैंक को छोड़कर, अपने पास तथा अपने से अपेक्षाकृत एक उच्च वित्तीय संस्था के पास एक कोष (रिजर्व) रखना पड़ेगा जो उसकी कुल माँग तथा समय दायित्वों के 3 प्रतिशत से कम नहीं होनी चाहिए।

प्रत्येक सहकारी संस्था के लिए आवश्यक है कि वह 3 प्रतिशत न्यूनतम नकद कोष सहित तरल सम्पत्तियाँ रखे। सहकारी संस्थाओं द्वारा नयी शाखा खोलने के लिए रिजर्व बैंक से अनुमति लेनी होगी।

रिजर्व बैंक का कृषि क्षेत्र में भूमिका का मूल्यांकन

यह तथ्य आज सर्व-स्वीकृत है कि रिजर्व बैंक ने व्यापक रूप से ग्रामीण साख तथा सहकारी साख के विकास में अद्वितीय भूमिका निभायी है। अखिल भारतीय साख समीक्षा समिति ने अपनी रिपोर्ट में उन विभिन्न तरीकों का विस्तारपूर्वक उल्लेख किया, जिसके द्वारा रिजर्व बैंक ने देश में सहकारी साख के ढाँचे का निर्माण, मात्रामूलक तथा गुणमूलक दोनों ही रूपों में किया है। इस बैंक ने केन्द्रीय बैंक स्तर पर सहकारी साख के ढाँचे के अभिनवीकरण तथा प्राथमिक स्तर पर उसके पुर्नगठन में सहायता प्रदान की है। जहाँ तक ऋण नीतियों का सम्बन्ध है, रिजर्व बैंक ने इस बात पर विशेष ध्यान दिया है कि उसका अधिक से अधिक पूर्वाविमुखीकरण उत्पादन की ओर हो तथा वे इस प्रकार बनायी जाये कि ऋण का उपयुक्त प्रयोग तथा ऋणों की वसूली निश्चयात्मक ढंग से हो सके। निरीक्षण की व्यवस्था करके तथा अन्य तरीकों से रिजर्व बैंक ने बैंकिंग संस्थाओं के रूप में सहकारी वित्तीय संस्थाओं की कार्य कुशलता में वृद्धि करने के लिए अनेक उपाय किये हैं। सहकारी संस्थाओं के कर्मचारियों की कार्यकुशलता एवं योग्यता में सुधार

लाने तथा एक तरफ कृषि कार्यक्रमों और दूसरी तरफ सहकारी साख में समन्वय स्थापित करने के लिए भी रिजर्व बैंक द्वारा आवश्यक कदम उठाये गये हैं। उन क्षेत्रों में जहाँ केन्द्रीय सहकारी बैंकों की वित्तीय स्थिति ठीक नहीं थी तथा वे उत्पादक एवं विनियोग साख की बढ़ती हुई माँग की पूर्ति करने में असमर्थ थे, वहाँ रिजर्व बैंक ने राज्यों के कुछ जिलों में लागू करने के लिए व्यापारिक बैंकों द्वारा प्राथमिक कृषि साख समितियों को वित्त प्रदान किये जाने के सम्बन्ध में एक योजना कार्यान्वित की है।

उपरोक्त विवरण से स्पष्ट है कि रिजर्व बैंक की निरन्तर यह कोशिश रही है कि देश में एक मजबूत, अच्छी तथा आत्मनिर्भर सहकारी संस्थाओं का ढाँचा विकसित हो, परिणामस्वरूप किसानों की आर्थिक स्थिति में सुधार होगा एवं अर्थव्यवस्था को कृषि विकास के माध्यम से गति मिलेगी।

भारतीय स्टेट बैंक

भारतीय स्टेट बैंक का एक महत्वपूर्ण उद्देश्य देश में एक प्रभावशाली बैंकिंग क्षेत्र को इस प्रकार पुनर्गठित एवं पुनर्निर्मित करना है कि वह सहकारी संस्थाओं की वित्तीय आवश्यकताएँ विशेषकर विपणन तथा विधायन सम्बन्धी आवश्यकताओं की पूर्ति करने में समर्थ हो सके।

1957 में इस दिशा में भारतीय स्टेट बैंक के कार्यक्रम निर्धारित करने के लिए रिजर्व बैंक द्वारा नियुक्त एक तदर्थ समिति इस निष्कर्ष पर पहुँची थी कि, “विपणन तथा विधायन संस्थाओं की साख की आवश्यकताओं की पर्याप्त मात्रा में पूर्ति करके यह ग्रामीण वित्त के सम्बन्ध में महत्वपूर्ण योगदान देगा। इस तरह वर्तमान सहकारी वित्तीय संस्थाओं को निरन्तर उत्पादन के लिए वित्त प्राप्त होता रहेगा।”¹

सहकारी साख पर मेहता समिति ने सहकारी संस्थाओं की आवश्यकताओं के प्रति भारतीय स्टेट बैंक की अनुकियाशीलता के सम्बन्ध में अपना

—
¹ माथुर, बी० एस०, *सहकारिता*, साहित्य भवन, आगरा, पृष्ठ-470।

सतोष व्यक्त करते हुए विपणन सस्थाओं को बैंक द्वारा प्रदान की जाने वाली साख सुविधाओं की विधि को सुप्रवाही बनाने की आवश्यकता पर जोर दिया था। वर्तमान समय में स्टेट बैंक आफ इण्डिया कृषि क्षेत्र की सेवाएँ करते हुए सहकारी क्षेत्र की प्रगति में महत्वपूर्ण सहयोग प्रदान कर रहा है।

विपणन तथा विधायन सस्थाओं के विकास में सहयोग

भारतीय स्टेट बैंक द्वारा सामान्य सहकारी वित्त प्रदान करने वाली सस्थाओं द्वारा प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष रूप से विपणन तथा विधायन सस्थाओं को वित्त प्रदान करने के लिए कुछ कार्यक्रम तैयार किये गये हैं। कृषि विपणन के लिए वित्त व्यवस्था के सम्बन्ध में स्टेट बैंक का यह दृष्टिकोण रहा है कि सहकारी विपणन ढाँचे के लिए उसकी भूमिका मुख्यतः एक सहायक वित्तदाता के रूप में है तथा उसे सहकारी बैंकिंग ढाँचे तथा विपणन ढाँचे के मध्य के सम्बन्ध को दुर्बल नहीं बनाना है। इसी दृष्टिकोण को ध्यान में रखकर ही स्टेट बैंक ने उन्हीं विपणन तथा विधायन सस्थाओं को प्रत्यक्ष रूप से वित्त प्रदान किया है, जिसके लिए सहकारी वित्तीय सस्थाओं तथा सहकारी समितियों के रजिस्ट्रारों ने अपनी अनुमति दी है।

स्टेट बैंक विपणन सस्थाओं को अधिकतर उपज को बन्धक रखकर वित्तीय सहायता प्रदान करता है। ऐसी स्थिति में रखे जाने वाले मार्जिन की सीमा फसल की प्रकृति के अनुसार 24 से 40 प्रतिशत के मध्य बदलती रहती है। बैंक निजी कोषों की सीमा तक केन्द्रीय सहकारी बैंको शिखर विपणन सस्थाओं की गारण्टी पर गैर — जमानती अग्रिम ऋण भी देता है। इस सीमा के ऊपर भी गैर-जमानती अग्रिम ऋण राज्य सरकार की गारण्टी पर दिये जाते हैं और इन ऋणों पर ब्याज की दर वही है जो बन्धक ऋण के लिए निर्धारित है।

स्टेट बैंक विपणन सस्थाओं को कार्यशील पूँजी के लिए भी वित्त प्रदान करता रहा है, परन्तु इस प्रकार की सहायता केन्द्रीय बैंको के माध्यम से ही दी जाती है। स्टेट बैंक सहकारी चीनी मिलों को निम्नलिखित साख सुविधाएँ प्रदान करता है —

- चीनी के रहतिया के बन्धक पर अग्रिम की सुविधा।

► चीनी का जब तक पर्याप्त स्टॉक न हो जाय तब तक कार्यशील पूँजी के लिए राज्य सरकार की गारण्टी पर गैर-जमानती साख की सुविधाएँ प्रदान करना।

► औद्योगिक वित्त निगम अथवा अन्य वित्तीय संस्था से ऋण न प्रदान किये जाने तक राज्य सरकार की गारण्टी पर अन्तरिम सहायता प्रदान करना।

► चीनी मिलों के क्षेत्रों में कृषि क्रियाओं के लिए गन्ना-उत्पादकों को वित्त प्रदान करने हेतु अग्रिम की व्यवस्था करना।

भारतीय स्टेट बैंक राज्य तथा केन्द्रीय सहकारी बैंकों को ब्याज की रियायती दर पर ऋण अथवा अधिविकर्ष की सुविधाएँ उपलब्ध करता है ताकि वे प्रवाहशील साधनों को एक निश्चित स्तर पर बनाये रख सकें तथा उन्हें अपनी दिन-प्रतिदिन की क्रियाएँ करने में सुविधा हो सके। आवश्यकता पड़ने पर केन्द्रीय सहकारी बैंकों को माल के बन्धक पर साख की सुविधाएँ भी प्रदान की जाती हैं। इसके अतिरिक्त, विशेष परिस्थितियों में स्टेट बैंक सरकारी गारण्टी पर राज्य सहकारी बैंकों को अग्रिम की सुविधा प्रदान करता है जिससे वे सम्बद्ध सहकारी संस्थाओं को वित्त प्रदान कर सकें।

सरकार द्वारा उपभोक्ता सहकारिताओं के विकास की योजना को गतिशील बनाने का निर्णय लिए जाने के बाद स्टेट बैंक ने भी थोक सहकारी उपभोक्ता स्टोर तथा उपभोक्ता स्टोर के राज्य/राष्ट्रीय संघों की कार्यशील पूँजी की आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए योजना तैयार की। बैंक द्वारा अग्रिम माल तथा पुस्तक ऋणों के बन्धक एवं जमानत पर दिये जाते हैं। आवश्यकता पड़ने पर राज्य सरकार, शीर्ष/केन्द्रीय सहकारी बैंकों को गारण्टी पर गैर-जमानती ऋण भी दिये जाते हैं। अतः स्पष्ट है कि भारतीय स्टेट बैंक ने कृषि विपणन तथा विधायन सहकारिताओं, उपभोक्ता भण्डारों तथा अन्य सहकारिताओं को वित्त प्रदान करने के लिए सहकारी बैंकों के वित्तीय साधनों में वृद्धि की है और विभिन्न सहकारी उपक्रमों को भी प्रत्यक्ष एवं परोक्ष रूप से वित्त प्रदान किया है। बैंक ने सहकारी संस्थाओं द्वारा उन व्यावहारिक कठिनाइयों को जो उसकी नीतियों तथा विधियों में अनुभव की

गयी उनमे भी इस बैंक ने पर्याप्त सहायता देकर महत्वपूर्ण कार्य किया है। उन क्षेत्रों में जहाँ सहकारी बैंक सशक्त नहीं हैं, वहाँ स्टेट बैंक सम्बन्धित सहकारी संस्थाओं को प्रत्यक्ष रूप में वित्तीय सहायता प्रदान की है। अखिल भारतीय ग्रामीण साख समीक्षा समिति ने इस सम्बन्ध में कहा है कि, “स्टेट बैंक ने कुछ वर्षों से उपयुक्त कार्यविधियाँ अपनायी हैं, परम्परागत विधियों की कुछ अनिवार्यताओं में कुछ ढिलाई बरती है, कुछ ऐसी सरल विधियाँ, जैसे – राज्य सरकार की गारण्टी अथवा सहकारी बैंकों की गारण्टी अपनायी है तथा सहकारिताओं तक साख प्रवाहित करने के लिए विभिन्न कदम उठाये हैं।”

राष्ट्रीय कृषि एवं ग्रामीण विकास बैंक (नाबार्ड)

मार्च, 1979 में रिजर्व बैंक ने श्री वी शिवरमन की अध्यक्षता में एक समिति गठित की, जिसने 26 नवम्बर, 1979 को अपनी रिपोर्ट प्रस्तुत की। समिति ने कृषि पुर्नवित्त एवं विकास निगम को ग्रामीण साख एवं वित्त व्यवस्था के लिए असफल मानते हुए राष्ट्रीय कृषि एवं ग्रामीण-विकास बैंक (नाबार्ड) की स्थापना का सुझाव दिया। 12 जुलाई, 1982 को भारत सरकार ने एक विधेयक पारित करके नाबार्ड की स्थापना कर दी। नाबार्ड के लिए भारत सरकार एवं रिजर्व बैंक द्वारा 50-50 करोड़ रुपये के सहयोग से 100 रुपये की प्रारम्भिक पूँजी निर्धारित की गयी।

नाबार्ड ने कृषि पुर्नवित्त एवं विकास निगम के प्रमुख कार्य स्वयं अपने हाथ में ले लिये गये हैं। नाबार्ड का प्रमुख उद्देश्य कृषि, लघु उद्योगों, कुटीर व ग्रामीण उद्योगों, हस्तकला, ग्रामीण शिल्प तथा सम्बन्धित आर्थिक कार्यों के विकास के लिए ऋण उपलब्ध कराना है। इससे ग्रामीण क्षेत्रों का तीव्र गति से एकीकृत विकास होगा एवं इन क्षेत्रों की आर्थिक समृद्धि में वृद्धि होगी। नाबार्ड का प्रधान कार्यालय मुम्बई में है, इसके 20 क्षेत्रीय कार्यालय हैं। ये कार्यालय, अहमदाबाद, बैंगलोर, भोपाल, भुवनेश्वर, मुम्बई, कोलकाता, चण्डीगढ़, गौहाटी, हैदराबाद, जयपुर,

लखनऊ, चेन्नई, नई दिल्ली, पटना, श्रीनगर, त्रिवेन्द्रम, अगरतला, जम्मू, पणजी व शिमला में है। इसके अतिरिक्त, लखनऊ में 'ग्रामीण विकास बैंक संस्थान' स्थापित किया गया है।

नाबार्ड के कार्य

राष्ट्रीय कृषि एवं ग्रामीण विकास बैंक एक राष्ट्रीय स्तर पर शीर्ष संगठन है, जो कि कृषि एवं लघु उद्योगों को दिये जाने वाले ऋण के सम्बन्ध में नीति व योजना बनाता है एवं उनको क्रियान्वित करने का कार्य करता है। नाबार्ड के अधिनियम 1981 में इसके कार्य स्पष्ट किये गये हैं। जो निम्नलिखित प्रकार से हैं—

- ▶ क्षेत्रीय ग्रामीण बैंको, राज्य सहकारी बैंको एवं अन्य वित्तीय संस्थाओं को यदि रिजर्व बैंक अनुमति दे दे तो 18 महीने से कम अवधि के लिए अल्पकालीन ऋण देना।
- ▶ राज्य सहकारी बैंको तथा क्षेत्रीय ग्रामीण बैंको को 18 महीनों से 7 वर्ष तक की अवधि के लिए मध्यमकालीन ऋण देना।
- ▶ 25 वर्ष तक की अवधि के लिए राज्य भूमि विकास बैंको, क्षेत्रीय ग्रामीण बैंको, व्यापारिक बैंको, राज्य सहकारी बैंको व अन्य वित्तीय संस्थाओं को पुनर्वित्त सहायता देना।
- ▶ राज्य सरकार को 20 वर्ष तक की अवधि के लिए ऋण देना जिससे कि सरकार सहकारी साख समितियों की अंश पूँजी में योगदान दे सके।
- ▶ कृषि विकास से सम्बन्धित संस्थाओं की अंश पूँजी में योगदान या इन संस्थाओं में विनियोग करना।
- ▶ कृषि साख से सम्बन्धित सभी संस्थाओं के कार्य में समन्वय स्थापित करना।
- ▶ मानव संसाधन तथा संस्थागत क्षमताओं को बढ़ाने के लिए बैंको, राज्य सरकार तथा अन्य सम्बन्धित संस्थाओं के कर्मचारियों को प्रशिक्षण देना।
- ▶ सहकारी बैंको तथा ग्रामीण सहकारी बैंको का निरीक्षण करना।

► ऋण देने या ऋण पत्र क्रय करने के लिए केन्द्रीय सरकार, राज्य अथवा भारतीय रिजर्व बैंक के एजेंट के रूप में कार्य करना।

► ग्रामीण बैंकिंग, कृषि एवं ग्रामीण विकास के सम्बन्ध में अनुरोधान को प्रोत्साहित करना।

नाबार्ड की प्रबन्ध व्यवस्था

नाबार्ड का प्रबन्ध, एक संचालक मण्डल करता है। इस मण्डल में 13 संचालक हैं। संचालक मण्डल में एक अध्यक्ष तथा एक प्रबन्ध निदेशक भी हैं। दो संचालक ग्रामीण अर्थव्यवस्था के विशेषज्ञ होते हैं। संचालक मण्डल में दो व्यक्ति वे होते हैं जिनको कि राज्य सहकारी बैंक तथा व्यापारिक बैंक की कार्य प्रणाली का अनुभव हो। भारतीय रिजर्व बैंक के संचालक मण्डल के तीन सदस्य, केन्द्रीय सरकार के तीन अधिकारी तथा राज्य सरकारों के दो अधिकारी संचालक मण्डल में नियुक्त किये जाते हैं। संचालक मण्डल में अध्यक्ष का कार्यकाल अधिकतम 5 वर्ष तक का हो सकता है। तथा अन्य संचालकों का कार्यकाल तीन वर्ष तक का होता है। प्रबन्ध निदेशक का कार्यकाल भी अधिकतम पाँच वर्ष तक का हो सकता है। राष्ट्रीय कृषि एवं ग्रामीण विकास बैंक अधिनियम, 1981, की धारा 13, के अनुसार नाबार्ड का संचालक मण्डल एक कार्यकारी समिति की नियुक्ति कर सकता है। यह समिति संचालक मण्डल के आदेशानुसार कार्य करती है। इसके अलावा अधिनियम की धारा 14 के अन्तर्गत नाबार्ड ने एक सलाहकारी परिषद गठित की है। इस परिषद का मुख्य कार्य संचालक मण्डल को सलाह देना होता है। वास्तव में, यह सलाहकारी परिषद भारतीय रिजर्व बैंक द्वारा नियुक्त कृषि साख मण्डल की भाँति कार्य करती है। नाबार्ड में प्रबन्ध निदेशक के अलावा 3 मुख्य प्रबन्धक, एक महानिदेशक व 11 महाप्रबन्धक हैं। बैंक में 32 उपमहाप्रबन्धकों की नियुक्ति की गयी है। प्रत्येक क्षेत्रीय कार्यालय का कार्य एक उपमहाप्रबन्धक देखता है।

नाबार्ड के वित्तीय स्रोत

नाबार्ड की स्थापना के समय इसकी प्रदत्त पूँजी 100 करोड़ रुपये निश्चित की गयी थी। इसके अन्तर्गत 50 प्रतिशत अंश केन्द्रीय सरकार द्वारा तथा

नाबार्ड ने भी रिजर्व बैंक की तरह ही दो विशेष ऋण कोष स्थापित किये हैं। प्रथम-राष्ट्रीय ग्रामीण व कृषि ऋण (दीर्घअवधि परिचालन) कोष तथा द्वितीय-राष्ट्रीय ग्रामीण ऋण (स्थिरीकरण) कोष। वर्ष 1989-90 में इन कोषों में 5655 करोड़ रु० की राशि जमा थी। वर्ष 1996-97 में यह बढ़कर 9,475 करोड़ रुपये हो गयी। इनमें से 8636 करोड़ रुपये की राष्ट्रीय ग्रामीण ऋण (दीर्घकालीन अवधि परिचालन) निधि में तथा 842 करोड़ रुपये राष्ट्रीय ग्रामीण ऋण (स्थिरीकरण) निधि में थे। इन कोषों में रिजर्व बैंक द्वारा अंशदान दिया गया है। रिजर्व बैंक ने 1996-97 में नाबार्ड को सामान्य ऋण योजना के प्रथम योजना में 465 करोड़ रुपये व द्वितीय योजना के अन्तर्गत 850 करोड़ रुपये उपलब्ध करवाये हैं।

वर्ष 1982-83 में बैंक की जमाएं 11 करोड़ रुपये थी जो बढ़कर 1983-84 में 14 करोड़ एवं 1984-85 में 24 करोड़ रुपये हो गयी। कुल संसाधनों (5834 करोड़ रुपये) की तुलना में यहा धनराशि बहुत कम है। वर्ष 1997-98 में जमाएं 2399 करोड़ रुपये थी, लेकिन कुल संसाधनों की तुलना में इनका अनुपात बहुत कम था।¹

नाबार्ड बॉण्ड एवं ऋणपत्र भी जारी करता है। यह बॉण्ड सममूल्य पर 12 वर्ष की परिपक्वता अवधि पर जारी किये जाते हैं। उन ऋणपत्रों एवं बाण्डों पर ब्याज की दर प्रतिवर्ष 8.25 प्रतिशत होती है। बाण्ड एवं ऋणपत्र का अंश नाबार्ड में 8.2 प्रतिशत है। 1983 में बॉण्ड्स एवं ऋणपत्रों की राशि 406 करोड़ रु० से बढ़कर 1998 में 1370 करोड़ रुपये हो गयी।²

¹ माथुर, बी०एस०, *सहकारिता साहित्य*, भवन, आगरा, पृष्ठ-462।

² माथुर, बी०एस०, *सहकारिता साहित्य*, भवन, आगरा, पृष्ठ-462।

नाबार्ड भारत सरकार तथा रिजर्व बैंक से उधार लेता है। उधारों की बकाया राशि 30 जून 1983 को 2422 करोड़ रुपये थी जिसमें से भारत सरकार से उधार की राशि 1383 करोड़ रु० थी। नाबार्ड भारत सरकार से विदेशी ऋण एजेंसियों से सहायता की विभिन्न परियोजनाओं के लिए धन उधार लेता है। भारतीय रिजर्व बैंक अधिनियम, 1934 की धारा 17 (4) के अन्तर्गत 1983-84 में राष्ट्रीय बैंक को 1300 करोड़ रुपये का सामान्य प्रकार का ऋण स्वीकृत किया गया। नाबार्ड द्वारा 1997-98 में भारत सरकार से 1059 करोड़ रुपये व भारतीय रिजर्व बैंक से 4971 करोड़ रुपये उधार लिये गये।

तालिका सख्या 47

नाबार्ड द्वारा साधनों का उपयोग

(करोड़ रुपये में)

साधनों का उपयोग	1984-8 5	1990-91	1995-96	1996 -97
1 ऋण एवं अग्रिम				
(क) उत्पादन एवं विपणन ऋण	765	2412	4789	4908
(ख) उत्पादन ऋण हेतु परिवर्तन ऋण	120	353	32	100
(ग) मध्यावधि निवेश ऋण और परियोजना ऋण	158	260	178	128
(घ) अन्य निवेश—				
मध्यावधि और दीर्घावधि परियोजना ऋण	3333	6646	11145	12359
दीर्घावधि गैर-परियोजना ऋण	105	226	636	418
2 भारत सरकार की प्रतिभूतियों में निवेश	697	910	1298	1243
अन्य सहित कुल योग	5834	12751	19608	22571

(स्रोत—नाबार्ड, प्रतिवेदन— 1996-97, पृष्ठ-4)

तालिका सख्या 48 द्वारा स्पष्ट है कि बैंक के वित्तीय साधनों में 1984-85 से 1996-97 के बीच वृद्धि हुई है। 1996-97 में बैंक ने मध्यावधि, दीर्घावधि परियोजनाओं के लिए 12,339 करोड़ रुपये के ऋण दिये। इसके अतिरिक्त मध्यावधि गैर-परियोजना ऋणों की राशि 418 करोड़ रुपये हो गयी है।

नाबार्ड के ऋण सम्बन्धी कार्यक्रम

नाबार्ड की स्थापना का मुख्य उद्देश्य ग्रामीण एवं कृषि विकास के लिए एक शीर्ष संस्था की स्थापना करना है, ताकि कृषि से एवं कृषि सम्बन्धित ग्रामीण विकास के समस्त कार्यक्रमों को समन्वित ढंग से संचालित किया जा सके। नाबार्ड फसलों का विपणन करने, उर्वरकों का वितरण करने, मौसमी कृषि कार्यों के लिए ऋण देने, सहकारी चीनी मिलों के लिए कार्यशील पूँजी की व्यवस्था करने, ग्रामीण कृषि कारीगरों आदि के लिए सहकारी बैंकों व अन्य संस्थाओं के माध्यम से ऋण प्रदान करता है।

बैंक के विभिन्न ऋण सम्बन्धी कार्यक्रम निम्न प्रकार हैं—

1 अल्पकालीन ऋण— मौसमी कृषि कार्यों के लिए नाबार्ड ने वर्ष 1992-93 में 3803 करोड़ रुपये की ऋण सीमाएं मंजूर की थी, जबकि 1993-94 में बैंक ने 4060 करोड़ रुपये की ऋण सीमाएं मंजूर की। 1995-96 में राज्य सहकारी बैंकों एवं क्षेत्रीय ग्रामीण बैंकों को 5580 करोड़ रुपये तथा 1996-97 में 6132 करोड़ रुपये के अल्पकालीन ऋण मंजूर किये गये।¹ लघु व सीमान्त कृषकों को ऋण देने के उद्देश्य से यह निश्चित किया गया कि प्रत्येक सहकारी बैंक अपने कुल देय ऋणों का एक निश्चित प्रतिशत लघु व सीमान्त कृषकों को देगा। फरवरी 1998 तक नाबार्ड ने राज्य सहकारी बैंकों को मौसमी कृषि परियोजनाओं के लिए 5085.24 करोड़ रुपये के अल्पावधि ऋण स्वीकार किये। फसलों का विपणन करने के लिए 1986-87 में 42 करोड़ रुपये की ऋण सीमाएं मंजूर की गयी।

नाबार्ड ने 1983 में उर्वरकों के वितरण के लिए 25 करोड़ रुपये मंजूर किये। 25 करोड़ रुपये में से राज्य सहकारी बैंकों ने केवल 8 करोड़ रुपये का

¹ गुप्ता, वी०पी०—सहकारिता के सिद्धान्त एवं व्यवहार, रमेश बुक डिपो, जयपुर, पृष्ठ-433

उपयोग किया। 1986-87 में उर्वरक वितरण के लिए 38 करोड़ रुपये की सीमाएं मंजूर की गईं। 1983-84 में बैंक ने सहकारी चीनी कारखानों में उनकी कार्यकारी पूंजी आवश्यकताएं पूरी करने के लिए 107 करोड़ रु० के ऋण मंजूर किये जिनमें से 88 करोड़ रुपये (82 प्रतिशत) का उपयोग किया गया। नाबार्ड द्वारा कृषि एवं कृषि सम्बन्धी विस्तार एवं विकास के लिए, जो ऋण प्रदान किये हैं, उनका विवरण निम्न तालिका द्वारा स्पष्ट है -

2 मध्यमकालीन ऋण नाबार्ड एकीकृत ग्रामीण विकास, पशु -पालन, लघु सिंचाई, गोबर गैस आदि कृषि उद्देश्य के लिए मध्यमकालीन ऋण देता है। मध्यावधि विनियोग उद्देश्यों के लिए राज्य सहकारी बैंकों को 1993-94 में 33 करोड़ रु० के ऋण मंजूर किये गये। नाबार्ड द्वारा यह प्रावधान है कि मध्यावधि ऋणों का कम से कम 50 प्रतिशत भाग लघु व सीमान्त कृषकों को दिया जाय। फसलों की क्षति के कारण अल्पावधि ऋणों को मध्यावधि ऋणों में परिवर्तित करने के लिए भी ऋण प्रदान किये गये। सहकारी संस्थाओं की अंशपूँजी में भाग लेने के उद्देश्य से राज्य सरकारों को नाबार्ड द्वारा भी ऋण मंजूर किये। वर्ष 1992-93 में इनकी मध्यकालीन बकाया ऋण राशि 238 करोड़ रु० थी जो वर्ष 1996-97 में थोड़ा सा घटकर 228 करोड़ रुपये हो गई। 1995-96 में मध्यावधि एवं दीर्घावधि परियोजना ऋण 11,145 करोड़ रु० के थे जो 1996-97 में बढ़कर 12,359 करोड़ रुपये हो गये।

3 दीर्घकालीन ऋण राष्ट्रीय कृषि और ग्रामीण विकास बैंक राज्य भूमि विकास बैंको, व्यापारिक बैंको, राज्य सहकारी बैंको और क्षेत्रीय ग्रामीण बैंको को 25 वर्ष तक की अवधि के लिए दीर्घकालीन पुर्णवित्त सहायता देता है। ये ऋण मुख्यतः लघु सिंचाई, कृषि मशीनीकरण, भूमि-विकास, बागान, भण्डार व्यवस्था, बाजार केन्द्र, वन उद्योग तथा एकीकृत ग्रामीण विकास कार्यक्रमों के लिए दिये जाते हैं। 1982-83 में 4957 योजनाएं मंजूर की गईं तथा वायदों की राशि 1019 करोड़ रुपये थी। 1986-87 में 10099 योजनाएं मंजूर की गईं तथा वायदों की राशि बढ़कर 1483 करोड़ रु० हो गई।

वर्ष 1983-84 में पिछले वर्ष की अपेक्षा पुर्नवित्त सहायता में 28 प्रतिशत की वृद्धि होकर 892 करोड रु० हो गयी। बैंक द्वारा दी गयी पुर्नवित्त सुविधा का राज्यानुसार विश्लेषण करने से पता चलता है कि उत्तर प्रदेश में सबसे अधिक पुर्नवित्त वितरण हुआ। जिसमें उत्तर प्रदेश को 130 करोड रुपये पंजाब को 110 करोड रुपये आन्ध्र प्रदेश को 98 करोड रुपये तथा महाराष्ट्र को 82 करोड रुपये प्राप्त हुए। अन्य राज्यों में कुल 353 करोड रुपये की पुर्नवित्त सहायता दी गयी।

1997-98 में 16 राज्य सरकारों को अश पूँजी में अशदान के लिए 150 करोड रुपये दीर्घावधि ऋण के रूप में प्रदान किये गये। इस वर्ष योजनाबद्ध ऋण कार्यक्रम के अन्तर्गत आरम्भ में 3,716 करोड रु० आवंटित किये गये, जबकि वास्तव में 3,922 करोड रुपये के ऋण वितरित किये गये। पुर्नवित्त सहायता का विवरण एजेन्सीवार निम्न तालिका द्वारा स्पष्ट है -

तालिका सख्या - 48

पुर्नवित्त सहायता का एजेन्सीवार विवरण

(करोड रु० में)

एजेन्सी	1983-84 में	प्रतिशत	1997-98	प्रतिशत
राज्य सहकारी, कृषि और ग्रामीण विकास बैंक	314	35	2110	54
व्यापारिक बैंक	450	50	725	18
क्षेत्रीय ग्रामीण बैंक	87	10	668	17
राज्य सहकारी बैंक	41	5	429	11
योग	892	100	3922	100

(स्रोत-माथुर, बी०एस०-सहकारिता साहित्य भवन, आगरा पृष्ठ-465)

उपरोक्त तालिका संख्या के अध्ययन करने के पश्चात स्पष्ट होता है कि नाबार्ड द्वारा अब राज्य सहकारी, कृषि एवं ग्रामीण विकास बैंको को आर्थिक सहायता की ओर अधिक ध्यान दिया जाने लगा है क्योंकि वर्ष 1983-84 में जहाँ इस प्रकार की सहायता की धनराशि उक्त सहायता धनराशि का 35 प्रतिशत थी वही यह 1997-98 में बढ़कर 54 प्रतिशत हो गई । नाबार्ड द्वारा व्यापारिक बैंको के हिस्से में कटौती की गई क्योंकि 1983-84 में जहाँ इसका भाग 50 प्रतिशत था, वही 1997-98 में यह भाग घटकर केवल 18 प्रतिशत रह गया । क्षेत्रीय ग्रामीण बैंको एवं राज्य सहकारी बैंको के हिस्से में वृद्धि की गई है क्योंकि 1983-84 में इस तरह का भाग 28 प्रतिशत था, जो 1997-98 में बढ़कर 28 प्रतिशत हो गया ।

4 छोटे कृषको को ऋण नाबार्ड योजनाबद्ध ऋण के अन्तर्गत लघु कृषको को दिये जाने वाले ऋणों के सम्बन्ध में कम तत्काल अदायगी, लम्बी परिपक्वता अवधि पर तथा रियायती ब्याज दर पर ऋण मुहैया कराता है। छोटे कृषको को 1993-84 में लघु सिंचाई एवं भूमि विकास के लिए 2288 करोड़ /रु0 तथा विभेदीकृत प्रायोजन के लिए 2795 करोड़ रुपये वितरित किये गये जो कि कुल वितरण का लगभग 79 प्रतिशत है ।

5 राज्य सरकारों को ऋण नाबार्ड राज्य सरकारों को भी ऋण देता है जिसका उद्देश्य राज्य साझेदारी को प्रोत्साहित करना तथा सहकारी ऋण संस्थाओं का पूँजीगत आधार मजबूत करना है। 1986-87 में इस उद्देश्य हेतु 14 करोड़ रु0 दिये गये ।

1997-98 में अश पूँजी के आधार को मजबूत करने के लिए 16 राज्य सरकारों को 150 करोड़ रुपये मजूर किये गये ।

6 ऋण प्राधिकरण योजना . राष्ट्रीय कृषि एवं ग्रामीण विकास बैंक की ऋण प्राधिकरण योजना के अन्तर्गत राज्य तथा केन्द्रीय सहकारी बैंक किसी एक सहकारी विपणन, प्रकरण अथवा उपभोक्ता भण्डार समिति उसकी कार्यकारी पूँजी की जरूरतें पूरा करने करने के लिए नकद ऋण सुविधाएं अथवा थोक पूँजी की जरूरतें पूरी

करने के लिए ऋण एव अग्रिम मजूर करने के लिए नाबार्ड से पूर्व प्राधिकार प्राप्त कर लेते हैं, अगर ऐसे ऋण की मात्रा के अधिक होने की सम्भावना हो।

1997-98 के दौरान 8 राज्य सहकारी बैंक व 6 केन्द्रीय सहकारी बैंको को 149 इकाइयों की ओर से 42 प्रस्तावों के लिए कुल 351 करोड़ रुपये के प्राधिकार दिये गये। कार्यकारी पूँजी वित्त के लिए 15 राज्य सहकारी बैंको एव 41 केन्द्रीय सहकारी बैंको को 149 समितियों/इकाइयों की ओर से 149 प्रस्तावों के लिए कुल 3926 करोड़ रु० के प्रस्ताव दिये गये।

अन्य कार्य नाबार्ड सहकारी संस्थाओं तथा व्यापारिक बैंको के संस्थागत विकास के लिए अनेक कार्य करता है। 1982-83 में 2978 प्राथमिक कृषि साख समितियों का चयन किया गया तथा इसके सम्बन्ध में राज्य सरकारों को दिशा निर्देश दिये गये कि किस प्रकार इन समितियों व इकाइयों की सदस्यता व जमाएँ बढ़ायी जाँय तथा ऋण नीति में सुधार किये जा सकते हैं। नाबार्ड ने सहकारी संस्थाओं के माध्यम से मियादी ऋण समिति की राय पर राज्य भूमि विकास बैंको की वित्तीय तथा प्रबन्धकीय क्षमता बढ़ाने के लिए योजना बनाने का निर्णय लिया है।

नाबार्ड की एक अन्य योजना के तहत प्राथमिक कृषि साख समितियाँ, ऋण आवेदन एकत्र करने, ऋण वितरण और कर वसूली के लिए प्राथमिक भूमि विकास बैंक व राज्य भूमि विकास बैंको के एजेंट के रूप में कार्य करेगी। इसका प्रमुख उद्देश्य अल्पकालीन तथा दीर्घकालीन सहकारी ऋण ढाँचे के बीच एक कार्यात्मक समन्वय स्थापित करना है।

नाबार्ड की कार्य प्रगति नाबार्ड अपनी विभिन्न गतिविधियों द्वारा अपने दायित्वों का निर्वाह सफलतापूर्वक कर रहा है। 1994-95 में बैंक ने 4034 करोड़ रुपये के ऋण स्वीकार किये। ये ऋण बैंक दर से 3 प्रतिशत नीची रियायती दर पर दिये जाते हैं। नये 'बीस सूत्रीय कार्यक्रम' के अन्तर्गत कमजोर वर्गों की ऋण उपलब्धि को सुनिश्चित करने के लिए नाबार्ड ने बैंको को निर्देश दिया है कि वे अपने अल्पकालीन ऋणों का एक निश्चित प्रतिशत छोटे व सीमान्त किसानों एव अन्य आर्थिक दृष्टि से कमजोर वर्गों को उपलब्ध करवाये। बैंक राज्य सरकारों को

दीर्घकालीन ऋण देता है ताकि वे सहकारी साख सस्थाओ की अशपूँजी में भाग ले सकें। सन् 1995-96 में नाबार्ड ने 17400 परियोजनाएँ स्वीकार कर 8800 करोड़ रुपये के ऋण मजूर किये। 1996-97 में नाबार्ड 19000 परियोजनाओं के अन्तर्गत 10300 करोड़ रुपये की वित्तीय सहायता स्वीकार किया।

मार्च-1997 तक नाबार्ड तथा कृषि पुनर्वित्त निगम ने कुल 150,000 परियोजनाओं को स्वीकार कर 47,600 करोड़ रुपये के ऋण स्वीकार किये।

नाबार्ड बैंकिंग दृष्टि से पिछड़े राज्यों जैसे- उत्तर- प्रदेश, बिहार, मध्य प्रदेश, राजस्थान, उड़ीसा आदि को अधिक सहायता दे रहा है तथा कृषि क्षेत्र में विनियोग बढ़ाने का प्रयास कर रहा है। नाबार्ड ने सहकारी सस्थाओं के पुनर्गठन के लिए मार्गदर्शी सिद्धान्त बनाये हैं, यह सहकारी साख सस्थाओं के समन्वय पर बल दे रहा है। रिजर्व बैंक के सुझाव को ध्यान में रखकर नाबार्ड अल्पकालीन एवं मध्यमकालीन साख में भी समन्वय का प्रयास कर रहा है। नाबार्ड ने 127 केन्द्रीय सहकारी बैंको को कमजोर बैंको के रूप में पहचान कर उनके पुनः स्थापना का कार्य भी किया है। नाबार्ड, भूमि विकास बैंक के प्रबन्ध व्यवस्था को सुधारने में भी योगदान दे रहा है। इस प्रकार नाबार्ड कृषि एवं ग्रामीण साख व्यवस्था को सृदृढ करके कृषि एवं ग्रामीण विकास के लिए कृषि उत्पादन एवं विपणन में महत्वपूर्ण भूमिका अदा कर रहा है।

कृषि साख समितियाँ

कृषि साख समितियाँ जिन्हें “प्राथमिक समितियाँ” भी कहा जाता है, सहकारी साख व्यवस्था का आधार हैं। सम्पूर्ण सहकारी साख ढाँचा इन पर निर्भर है। हेनरी वोल्फ ने कहा है कि, “सबसे नीची सतह पर स्थानीय समिति ही अकेली ईंट है, जिस पर सम्पूर्ण ढाँचे को खड़ा करने का विचार किया गया है।”¹ प्राथमिक समितियाँ सीधे किसानों के सम्पर्क में रहती हैं उनकी आवश्यकताओं का सही अनुमान लगाती हैं तथा कृषि उत्पादन एवं विपणन के लिए आवश्यक ऋण उपलब्ध करवाती हैं।

ग्रामीण साख समितियों की सदस्यता केवल निजी व्यक्तियों के लिए ही खुली है। समिति की स्थापना के लिए कोई भी 10 व्यक्ति मिलकर पंजीयन के लिए आवेदन पत्र प्रस्तुत कर सकते हैं। समिति की सदस्यता उन सभी व्यक्तियों के लिए खुली होती है, जो उसके कार्यक्षेत्र में पड़ने वाले गाँव के निवासी हों अथवा एक ही व्यवसाय में सलग्न हों। सदस्यता के लिए कम से कम 18 वर्ष की आयु होनी आवश्यक है तथा उसका चरित्र भी अच्छा होना चाहिए। समिति के पंजीयन के लिए सदस्यों को निर्धारित प्रपत्र में सहकारी समिति रजिस्ट्रार के पास आवेदन-पत्र प्रस्तुत करना होता है। इसके साथ समिति के उप-नियमों की प्रति तथा निर्धारित शुल्क भी जमा करना होता है। यदि रजिस्ट्रार इस बात से रातुष्ट हो जाता है कि समिति के उपनियम सहकारी कानूनों के विरुद्ध नहीं हैं, तथा समिति सफलतापूर्वक कार्य कर सकेगी, तो रजिस्ट्रार समिति का पंजीयन कर लेता है तथा समिति को रजिस्ट्रेशन का प्रमाण पत्र दे देता है।

उद्देश्य प्राथमिक साख समितियों का मुख्य उद्देश्य, सहकारी साख पर विचार करने के लिए गठित समिति के अनुसार निम्न लिखित हैं²—

- 1 उत्पादन कार्यों में सक्रिय भाग लेना अथवा स्वयं को सम्बद्ध रखना।

¹ गुप्ता, बी०पी०, *सहकारिता के सिद्धान्त एवं व्यवहार*, रमेश बुक डिपो, जयपुर, पृ 106।

² गुप्ता, बी०पी०, *सहकारिता के सिद्धान्त एवं व्यवहार*, रमेश बुक डिपो, जयपुर, पृ 10।

- 2 अपने सदस्यों को उनकी भुगतान क्षमता के अनुसार, पर्याप्त मात्रा में कृषि एवं उपभोग कार्यों के लिए साख प्रदान करना।
- 3 अश पूँजी एवं स्थायी जमाओं के रूप में स्थानीय बचतों को आकर्षित करना, ताकि एक ओर बचत बढ़े और दूसरी ओर वित्तीय साधन उपलब्ध हो जाय।
- 4 ऋण के उपयोग की जाँच करना तथा यह देखना कि उनका वांछित उद्देश्यों के लिए ही प्रयोग हो रहा है।
- 5 कृषकों के लिए उपयोगी पदार्थों—खाद, बीज, कीटनाशक दवाइयों, कृषि उपकरण आदि का वितरण करना।
- 6 सदस्यों की उपज सुरक्षित रखने के लिए गोदामों की व्यवस्था करना, ताकि उन्हें उचित मूल्य मिलने पर बेचा जा सके।
- 7 सरकार, विक्रय समिति अथवा उपभोक्ता समितियों के लिए उत्पादन को क्रय करना अथवा संग्रह करना।
- 8 ऋणों की वसूली करना तथा यह ध्यान रखना कि ऋणों की वसूली समय पर हो रही है अथवा नहीं।

प्राथमिक कृषि साख समितियों को अपने सदस्यों को ऋण देने व अपने प्रशासनिक व्ययों की पूर्ति के लिए वित्त की आवश्यकता पड़ती है। इसके लिए समिति आन्तरिक एवं बाह्य साधनों से धन जुटाती है। किसी समिति के वित्तीय स्रोत निम्नलिखित हैं —

सभी समितियाँ अपने उपनियमों में सदस्यता शुल्क लेने की व्यवस्था करती हैं। इनमें सदस्य बनने वाले प्रत्येक व्यक्ति से प्रवेश शुल्क लिया जाता है। इसे समिति सुरक्षित कोष में जमा कर लेती है। प्रवेश शुल्क की राशि बहुत ही कम होती है।

अश पूँजी के रूप में प्राप्त धन समिति के निजी साधनों का महत्वपूर्ण भाग होती है। प्रत्येक सदस्य को समिति की सदस्यता स्वीकार करने के साथ ही कम से कम एक अश अवश्य खरीदना होता है। इससे समिति के पास एक बड़ी धन राशि इकट्ठा हो जाती है। इसमें से सदस्यों को ऋण दिया जाता है। इस राशि को

सदस्यता काल में वापस नहीं किया जाता है। यदि समिति को लाभ होता है, तो लाभांश के रूप में कुछ हिस्सा मिलता है।

समस्त समितियों की अंशपूँजी 1950-51 में 84 करोड़ रुपये थी, जो वर्ष 1997-98 में तेजी से बढ़कर सौ गुना से अधिक 99272 करोड़ रुपये हो गयी। वही कार्यशील पूँजी जो 1950-51 में केवल 40 करोड़ रुपये थी वह 1997-98 तक 1736500 करोड़ रुपये हो गयी।¹

कृषि साख समितियाँ अपने सदस्यों एवं गैर सदस्यों की जमाएँ स्वीकार करती हैं। इन जमाओं पर निर्धारित दर से ब्याज दिया जाता है। ये जमाएँ समिति के पूँजी के काम में आती हैं। देश में कार्यशील पूँजी के 18 प्रतिशत जमाओं के रूप में प्राप्त की गयी थी।

इन समितियों द्वारा वर्ष 1950-51 में कुल जमाएँ 448 करोड़ रुपये थी वह 1979-80 में 24952 करोड़ रु० तथा 1997-98 में यह बढ़कर 353265 करोड़ रुपये हो गयी।²

समितियों को अपने सदस्यों की आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए आवश्यकता पड़ने पर वाह्य स्रोतों से ऋण लेना पड़ता है। 1950-51 में यह ऋण केवल 19 करोड़ रुपये था, 1983-84 में 3164 करोड़ रुपये तथा 1997-98 में यह बढ़कर 10662 करोड़ रुपया हो गया।³

कृषि साख समितियों द्वारा ऋण वितरण

साख समितियाँ प्रायः दो प्रकार के सदस्यों को उत्पादक ऋण प्रदान करती हैं—एक तो उन सदस्यों को, जो भूमि के स्वामी अथवा काश्तकार के रूप में खेती करते हैं, और दूसरे उन अच्छी साख वाले कृषकों को जो अपनी फसल बेचकर समिति के ऋण का शोधन करने में समर्थ होते हैं। समिति को किसी सदस्य द्वारा मॉगे गये ऋण की आंशिक या पूर्ण रकम स्वीकार करने या उसे पूर्णतया अस्वीकृत करने का अधिकार है। यदि कोई सदस्य प्राप्त किये गये ऋण को समय पर वापस

¹ माथुर, बी०एस०, *सहकारिता*, साहित्य भवन, आगरा, पृ० 128।

² तद्वै, पृ० 128।

³ तद्वै, पृ० 133

नहीं कर पाता है तो सामान्यतः उसे दूसरा ऋण नहीं दिया जाता है। देरी से ऋण भुगतान पर भी माँगे गये ऋण की मात्रा में कमी कर दी जाती है। कृषि साख समितियों के ऋण कार्यक्रमलाप का वितरण निम्न तालिका द्वारा स्पष्ट है -

तालिका सख्या - 49

कृषि साख समितियों के ऋण निष्पादन

(प्रति सदस्य रुपये)

वर्ष	दिये गये ऋण (करोड रुपये में)	वसूली (करोड रु० में)	ऋण शेष (करोड रु० में)	औसत दिया गया ऋण	
				प्रति समिति (रुपये में)	प्रति सदस्य (रुपये में)
1960-61	202 75	162 64	218 00	9558	119
1965-66	365 17	278 44	477 46	20431	137
1973-74	760 00	669 30	1054 46	32372	222
1978-79	1458 00	1232 04	2942 46	16381	778
1981-82	2223 00	1807 40	2965 00	25277	1084
1994-95	6996 00	उ०न०	उ०न०	उ०न०	उ०न०
1997-98	7020 00	उ०न०	उ०न०	उ०न०	उ०न०

(स्रोत-माथुर, बी०एस०-सहकारिता-साहित्य भवन, आगरा पृ० 136)

उपरोक्त तालिका द्वारा स्पष्ट है कि कृषि साख समितियों द्वारा दिये जाने वाले ऋणों की राशि में असाधारण रूप से वृद्धि हुई है। समितियों द्वारा समस्त प्रकार के दिये गये ऋण 1960-61 में 202 75 करोड रुपये थे जो 1981-82 में बढ़कर 2223 00 करोड रुपया हो गया। वर्ष 1997-98 तक इसमें तेजी से वृद्धि हुई और 7020 करोड रुपये तक जा पहुँचा।

यह वृद्धि इसलिए और महत्वपूर्ण हो जाती है कि समितियों की सख्या में इस दौरान कमी आयी है। 1960-61 में ऋण वसूली दिये गये ऋण का 80.2 प्रतिशत था, उसमें थोड़ा सुधार हुआ जो 81.3 प्रतिशत 1981-82 के दौरान हो

गया। वर्ष 1960-61 में प्रति सदस्य दिया गया ऋण 119 रूपया था जो 1981-82 में बढ़कर 1084 रुपये हो गया, जो सदस्यों के अधिकाधिक रुचि का सूचक है।

साख समितियाँ सदस्यों द्वारा माँगे गये ऋण के हिसाब से ऋण प्रदान किया जाता है। अतः सदस्यों को ऋण के लिए आवेदन पत्र में उद्देश्य स्पष्ट करना होता है। साख समितियाँ जिन उद्देश्यों के लिए ऋण प्रदान कर रही हैं, उनका विवरण निम्न तालिका द्वारा स्पष्ट है -

तालिका संख्या - 4.10

उद्देश्यानुसार ऋणों का वर्गीकरण

(करोड़ रुपये में)

विवरण	1960-61	1973-74	1978-79	1981-82	1997-98
अल्प कालीन ऋण					
1 मौसमी कृषि कार्यकलाप	150.73	643.51	1162.10	1096.67	1220.56
2 कृषि उपकरणों की खरीद	7.66	2.54	1.9	3.59	5.20
3 फसलों का विपणन	5.04	15.10	11.30	9.39	11.41
4 उपभोग ऋण	4.64	5.67	24.42	50.94	61.63
कुल	163.43	666.82	1199.72	1160.59	1298.8
मध्यमकालीन					
1 कुओं की खुदाई एवं मरम्मत	1.84	6.87	12.56	13.16	18.20
2 मशीनों का क्रय	2.39	10.43	15.11	25.41	36.24
3 मवेशी का क्रय	7.19	9.99	23.73	26.01	39.31
4 भूमि पर सामान्य सुधार	3.90	5.69	10.34	8.01	12.04
5 अन्य कृषि कार्य	4.61	10.82	19.74	36.56	39.05
कुल	19.93	43.80	81.48	109.15	144.84

(स्रोत-माथुर, बी०एस०- सहकारिता, साहित्य भवन, आगरा, पृ० 139)

उपरोक्त तालिका से स्पष्ट है कि साख समितियों द्वारा अधिकतर अल्प कालीन ऋण (1960-61 में 87.81 प्रतिशत तथा 1997-98 में 88.85 प्रतिशत) प्रदान किये गये। अतः स्पष्ट है कि इन समितियों में अल्पकालीन ऋण लोकप्रिय है।

केन्द्रीय सहकारी बैंक

सन् 1904 से पूर्व, जबकि पहला सहकारी समिति अधिनियम पारित किया गया था, केन्द्रीय समितियों या संस्थाओं को संगठित करने को कोई व्यवस्था नहीं थी। सहकारिता आन्दोलन के प्रवर्तकों को यह विश्वास था कि ग्रामीण सहकारी समितियाँ ही सदस्यों तथा ग्राम के धनी व्यक्तियों से जमाओं के रूप में काफी धन एकत्रित कर सकेंगी और जरूरत मन्द कृषकों की वित्तीय आवश्यकताओं की पूर्ति करने में सफल होंगी।

धीरे-धीरे सहकारिता आन्दोलन अधिक लोकप्रिय होने लगा तथा समितियों की संख्या में तेजी से वृद्धि होने लगी। परन्तु उनकी बढ़ती हुई वित्तीय आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए पूर्व - अनुमानित वित्तीय स्रोतों से पर्याप्त वित्त प्राप्त न हो सका। इसलिए सहकारी समिति अधिनियम 1912 में संशोधन किया गया, जिसके अन्तर्गत केन्द्रीय सहकारी समितियों की स्थापना एवं पंजीयन के लिए अनुमति दी गयी।

स्वतन्त्रता प्राप्ति के बाद आर्थिक नियोजन अपनाया गया। इसकी सफलता के लिए सहकारी व्यवस्था को मजबूत करना आवश्यक समझा गया। सहकारी समितियों के एकीकरण एवं पुनर्गठन कार्यक्रम को लागू किया गया। इस समय अधिकांश राज्यों में केन्द्रीय वित्तीय संस्थाओं का ढाँचा अव्यवस्थित था। अतः इनका भी पुनर्गठन किया गया। इस कार्यक्रम के अन्तर्गत प्रत्येक राज्य में प्रथम योजना के अन्तर्गत केन्द्रीय सहकारी बैंकों के पुनर्गठन एवं एकीकरण की नीति अपनायी गयी। द्वितीय योजना में इस नीति का कठोरता से पालन करते हुए 'एक जिला एक केन्द्रीय बैंक' की स्थापना का प्रयास किया गया। जिन जिलों में एक से अधिक केन्द्रीय बैंक थे उन्हें मिलाकर एक मजबूत केन्द्रीय बैंक बना दिया गया।

जहाँ किसी बैंक का कार्य क्षेत्र एक से अधिक जिलो तक विस्तृत था उसे एक ही जिले तक सीमित कर दिया गया तथा दूसरे जिलो मे नये 'केन्द्रीय बैंक' स्थापित किये गये। योजनाकाल से लेकर वर्तमान तक केन्द्रीय सहकारी बैंको की प्रगति का विवरण तालिका सख्या 4 11 द्वारा स्पष्ट है -

तालिका सख्या - 4 11

केन्द्रीय सहकारी बैंको की प्रगति

विवरण	1981-82	1984-85	1994-95	1997-9
1 केन्द्रीय बैंको की सख्या	338	350	363	363
2 सदस्यता (लाख मे)	2 75	उ0न0	9 2	9 8
3 अश पूँजी (करोड रु0 मे)	388 43	उ0न0	उ0न0	उ0न0
4 जमा पर प्राप्त धन (करोड रु मे)	2770 00	4322 0	20307 0	22209
5 कार्यशील पूँजी (करोड रु0 मे)	5396	7926	34 696	37311
6 औसत प्रति बैंक				
(अ) अशपूँजी (लाख रु0 मे)	115 26	उ0न0	उ0न0	उ0न0
(ब) जमा (लाख रु0)	821 95	1234 85	5594	5833
(स) कार्यशील पूँजी (लाख रु0 मे)	1601 18	2264 57	9559	9771

(स्रोत-बैंकिंग पर विकास एवं प्रवृत्ति की रिपोर्ट-1998-99, रिजर्व बैंक)

उपरोक्त तालिका संख्या 4 11 द्वारा स्पष्ट है कि योजनाकाल में केन्द्रीय सहकारी बैंको का बहुमुखी विकास हुआ है। विशेष रूप से उनकी कार्यशील पूँजी में वृद्धि हुई है। जो पूँजी 1950 – 51 में 56 करोड़ रु० थी, वह बढ़कर 1997 – 98 में 37311 करोड़ रुपये हो गयी। इसी प्रकार प्रति बैंक औसत कार्यशील पूँजी भी 11 लाख रुपये से बढ़कर 9,771 लाख रुपये तक पहुँच गयी। अब ऐसे केन्द्रीय बैंक को जीवन योग्य नहीं समझा जाता, जिनकी पूँजी एक करोड़ रुपये से कम है। 30 जून 1997 को देश के कुल 337 केन्द्रीय सहकारी बैंको में से 235 केन्द्रीय सहकारी बैंको की कार्यशील पूँजी 1 करोड़ रु० से 17 करोड़ रुपये के बीच में थी। इससे स्पष्ट है कि जहाँ तक वित्तीय साधनों का प्रश्न है, इन बैंको ने इस दिशा में काफी प्रगति की है, जिससे कि वे अब भविष्य में अधिक उपयोगी सिद्ध हो सकते हैं।

केन्द्रीय सहकारी बैंको के उद्देश्य एवं कार्य

केन्द्रीय सहकारी बैंक भारतीय सहकारी व्यवस्था के ढाँचे का मध्य भाग है। ये शीर्ष बैंक व प्राथमिक साख समितियों के मध्य सम्पर्क कड़ी का काम करते हैं। इनका मुख्य कार्य साख समितियों एवं सदस्यों को साख सुविधाएँ उपलब्ध करवाना है। इसके लिए ये बैंक प्राथमिक साख समितियों के अतिरिक्त धन को जमा करते हैं तथा अन्य आवश्यकताओं वाली समितियों को ऋण देते हैं। ये शीर्ष बैंको से ऋण लेकर प्राथमिक कृषि साख समितियों की वित्तीय सहायता करते हैं। इस प्रकार ये वित्तीय साधनों को गतिशीलता प्रदान कर वित्तीय सतुलन स्थापित करने का कार्य करते हैं। शीर्ष केन्द्रीय सहकारी बैंको के माध्यम से ही प्राथमिक साख समितियों को ऋण प्रदान करते हैं। केन्द्रीय बैंक अपने जिले में सहकारी आन्दोलन के विकास के लिए उत्तरदायी होता है। यह बैंक कृषि समितियों को उत्पादन कार्यों के लिए, विपणन समितियों को विपणन कार्यों के लिए तथा अन्य समितियों को कार्यशील व्ययों की पूर्ति के लिए ऋण प्रदान करता है। जी एम लॉड के अनुसार, “ जिला सहकारी बैंको की स्थापना के पीछे आधारभूत विचार यह है कि प्राथमिक साख समिति (जो कि मुख्यतया नगर के व्यक्तियों द्वारा जिनकी शहरी पृष्ठ भूमि होती है,

संचालित किये जाते हैं और इसलिए इनका देहाती क्षेत्रों से कोई धनिष्ठ सम्पर्क नहीं होता) के बीच एक मध्यस्थ संस्था होना आवश्यक है।”

केन्द्रीय बैंक का प्रमुख कार्य अपने कार्य क्षेत्र में काम करने वाली प्राथमिक कृषि साख समितियों को वित्तीय आवश्यकताओं को पूरा करना है। इस उद्देश्य की पूर्ति के लिए ये जनता से व समितियों से जमाये स्वीकार करते हैं तथा कृषि समितियों को ऋण प्रदान करते हैं। इस प्रकार ये अतिरिक्त धन को उत्पादन कार्यों में लगाने में योगदान देते हैं।

ये बैंक प्राथमिक साख समितियों के ‘वित्तीय सतुलन केन्द्र’ का कार्य करते हैं। ये बैंक अपने साधनों से प्राथमिक समितियों की वित्तीय आवश्यकताओं को पूरा करते हैं और धन की कमी के कारण होने वाले नुकसान से समितियों को बचाते हैं।

अपने क्षेत्र की प्राथमिक साख समितियों के प्रबन्ध व कार्यसंचालन का निरीक्षण एवं पर्यवेक्षण करते हैं। ये समितियों के सदस्यों को सहकारी सिद्धान्तों की जानकारी देने का भी कार्य करते हैं। ये बैंक स्थानीय जनता में विश्वास उत्पन्न कर स्थानीय जमाओं को प्रोत्साहित करते हैं। ये बैंक प्राथमिक साख समितियों को अपने रक्षित कोषों को सुरक्षित विनियोग की सुविधा प्रदान करते हैं, साथ-साथ विनियोग पर उचित प्रत्याय भी मिलता है। अपने कार्य क्षेत्र में सहकारी आन्दोलन के सुदृढ़ विकास के लिए ग्रामीण क्षेत्र में बैंकिंग सुविधाएं प्रदान करने में यह बैंक अग्रणी भूमिका निभाता है। साथ ही साथ सहकारी संस्थाओं के पथ प्रदर्शक का भी कार्य करता है।

केन्द्रीय सहकारी बैंक की कार्यशील पूँजी के स्रोत

केन्द्रीय बैंक की कार्यशील पूँजी के निम्नलिखित स्रोत हैं —

- अश पूँजी।
- संचित तथा अन्य कोष।
- सदस्यों तथा गैर सदस्यों से जमा पर प्राप्त धन।

- प्राप्त ऋण।

- ✓ राज्य सहकारी बैंक से
- ✓ राष्ट्रीय कृषि एवं ग्रामीण विकास बैंक से
- ✓ सरकार से

- सरकार से अनुदान।

केन्द्रीय सहकारी बैंक सम्बद्ध समितियों को कृषि वित्त के लिए ऋण प्रदान करते हैं। मौसमी कृषि कार्यों के लिए 15 महीने तक के अल्पकालीन ऋण प्रदान किये जाते हैं। मध्यकालीन ऋण बैल, गाय तथा पम्पिंग सैट खरीदने, कुएँ खोदने अथवा मरम्मत कराने तथा भूमि सुधार के लिए एक से पाँच वर्ष के लिए दिये जाते हैं।

ऋण देने की क्रियाविधि

जिस समिति को केन्द्रीय सहकारी बैंक से ऋण लेना होता है वह बैंक के पास एक निर्धारित आवेदन-पत्र निम्नलिखित के साथ भेजती है —

- सामान्य सभा या प्रबन्ध समिति द्वारा पास किये गये प्रस्ताव की प्रमाणित प्रतिलिपि जिसमें ऋण की रकम अथवा उस साख-सीमा का उल्लेख हो जिसके लिए प्रार्थना पत्र दिया जा रहा है।
- सम्पत्तियों का विवरण एक निर्धारित फार्म में समिति के प्रत्येक सदस्य की सम्पत्तियों के सम्बन्ध में प्रस्तुत किया जाता है।
- समिति की वित्तीय स्थिति का विवरण।
- ऋण के लिए प्रथम बार आवेदन पत्र देने पर उपनियमों की प्रमाणित प्रतिलिपियाँ।
- फसल ऋण की माँग की दशा में, प्रत्येक सदस्य के लिए ऐसा विवरण पत्र जिसमें विभिन्न फसलों के लिए प्रयोग में लायी गयी भूमि का विवरण दिया गया हो।

मध्यमकालीन ऋण के लिए आवेदन पत्र एक निर्धारित फार्म में देना पड़ता है। केन्द्रीय सहकारी बैंको के ऋणों का वर्गीकरण का विवरण तालिका संख्या 4 12 द्वारा विभिन्न उद्देश्यों के अनुसार अग्रलिखित है—

तालिका संख्या 4 12

उद्देश्य के आधार पर ऋणों का वर्गीकरण

(करोड़ रुपये में)

विवरण	1965—66	1981—82	1997—98
अल्पकालीन ऋण			
1 मौसमी कृषि कार्य	311	1745 28	1841 00
2 कृषि उपकरणों का क्रय	14	4 15	6 12
3 फसलों का विपणन	74	391 95	402 96
4 कृषि उपज का विधायन	25	289 98	291 98
कुल अल्पकालीन ऋण (अ)	424	2528 36	2542 06
मध्यकालीन ऋण			
5 कुएँ खुदवाना एवं सुधरवाना	4 00	7 69	8 00
6 सिंचाई के लिए पम्प सेट आदि का क्रय	4 00	13 14	15 17
7 भूमि पर साधारण सुधार	4 00	1 16	1 80
8 मवेशी का क्रय	13 00	19 32	20 34
9 अन्य कृषि कार्य	5 00	17 55	20 40
कुल मध्यकालीन ऋण (ब)	30 00	58 86	65 71
कुल ऋण (अ+ब)	454	2587 24	2607 77

(स्रोत — माथुर, बी०एस०— सहकारिता, साहित्य भवन, आगरा पृ० 209—210)

उपरोक्त तालिका का विश्लेषण करने से पता चलता है कि कृषि कार्यों के लिए दिए गये ऋण में अल्पकालीन ऋणों का एक बहुत बड़ा भाग है।

1965-66 में यह भाग 93.4 प्रतिशत था तथा 1997-98 में 97.5 प्रतिशत हो गया, अतः स्पष्ट है कि अल्पकालीन ऋणों की आवश्यकता में वृद्धि हो रही है।

केन्द्रीय सहकारी बैंक के क्रियाकलापों का अध्ययन करने के उपरान्त हम कह सकते हैं कि इन बैंकों द्वारा सराहनीय प्रगति की गयी है। बैंक के निजी कोषों में पर्याप्त वृद्धि हुई है। इससे कृषकों को वित्तीय आवश्यकता की पूर्ति इन बैंकों ने सुगमतापूर्वक की है। केन्द्रीय सहकारी बैंकों को सफल बनाने के लिए ग्रामीण साख सर्वे समिति ने सुझाव दिया था, “ केन्द्रीय बैंकों को ग्रामीण साख समितियों से निरन्तर सम्पर्क बनाये रखना चाहिए तथा कृषि विकास के कार्य में एक व्यावहारिक तथा निश्चित उद्देश्य वाली भूमिका अदा करनी चाहिए। समितियों के प्रति मैत्री भाव रखना चाहिए, उनकी आवश्यकताओं तथा कठिनाइयों के प्रति सजग रहना चाहिए तथा अपनी क्षमतानुसार उनको आवश्यक सहायता करनी चाहिए।

शीर्ष या राज्य सहकारी बैंक

सहकारी आन्दोलन का सम्पूर्ण ढाँचा सघीय प्रकृति का है। इस प्रकार से सघीय ढाँचे का सुझाव 1914 में मैकलेगन समिति द्वारा दिया गया था। उसी समय अनुभव किया गया था कि जिस प्रकार प्राथमिक समितियों की आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए जिला स्तर पर केन्द्रीय बैंक के रूप में उनके सघ की आवश्यकता है, उसी प्रकार राज्य स्तर पर केन्द्रीय बैंकों के सघ के रूप में एक राज्य सहकारी बैंक का होना जरूरी है। इस प्रकार राज्य सहकारी बैंक किसी राज्य की सहकारी साख सस्थाओं में एक सर्वोच्च सस्था तथा सर्वोच्च शीर्ष या शिखर बैंक कही जाती है। यह सस्था सहकारी आन्दोलन विशेषकर सहकारी साख में विकास के अत्यन्त महत्वपूर्ण स्थान रखती है। वह समस्त साख आन्दोलन का नियन्त्रण एवं प्रबन्ध करती है तथा विभिन्न सस्थाओं के कार्यों में समन्वय स्थापित करती है। इस सस्था के द्वारा ही राज्य की अन्य सहकारी साख सस्थाओं का नेतृत्व किया जाता है। यदि उसे सहकारी आन्दोलन का मित्र, प्रेरक तथा मार्गदर्शक कहा जाय, तो अतिशयोक्ति नहीं होगी।

मैकलेगन समिति ने विभिन्न राज्यों में सहकारी आन्दोलन में समन्वय स्थापित करने के लिए प्रत्येक राज्य में एक-एक शीर्ष बैंक की स्थापना करने की सिफारिश की।

यद्यपि केन्द्रीय सहकारी बैंक की स्थापना के प्रारम्भिक वर्षों में आशातीत प्रगति नहीं हुई है, तथापि सहकारी समितियों के रजिस्ट्रार केन्द्रीय सहकारी बैंको के मध्य समन्वय स्थापित करने के लिए कड़ी का काम कर रहे हैं। वित्तीय साधनों का एक बैंक से दूसरे बैंक में परिवर्तन एक ऐसा कठिन कार्य है, जिसे रजिस्ट्रार भी आसानी से सम्पन्न नहीं कर सकता है। इसलिए केन्द्रीय सहकारी बैंको के मध्य समन्वय स्थापित करने एवं उनके कार्यों का नियमन व नियन्त्रण रखने के लिए केन्द्रीय नियन्त्रण संस्था शीर्ष बैंक की स्थापना की जाये।

समिति का दूसरा सुझाव यह भी था कि अपने कार्य संचालन में केन्द्रीय बैंक जनता का विश्वास व समर्थन प्राप्त करने में असफल रहे हैं। अतः केन्द्रीय बैंको के प्रति जनविश्वास उत्पन्न करने के लिए एक शीर्ष संस्था होना आवश्यक है।

समिति की राय थी कि एक शीर्ष संस्था स्थापित हो जो विभिन्न केन्द्रीय बैंको के मध्य एक सतुलन केन्द्र का काम करे तथा एक क्षेत्र की अतिरिक्त बचत को अन्य कम बचत वाले क्षेत्रों में स्थानान्तरित करने में योगदान दे सके।

विभिन्न केन्द्रीय सहकारी बैंको के कार्यों में एक रूपता लाने के उद्देश्य से शीर्ष सहकारी बैंको की स्थापना पर बल दिया गया। सहकारी आन्दोलन व मुद्रा बाजार में सम्पर्क होना आवश्यक है। इसके लिए संस्था की स्थापना आवश्यक समझी गयी, जो कृषि क्षेत्र को सहकारिता के माध्यम से आवश्यक वित्त लाने का कार्य करेगी।

उपर्युक्त आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए मैकलेगन समिति की सिफारिशों के आधार पर राज्य सहकारी बैंको की स्थापना की गयी। शीर्ष बैंक सर्वप्रथम मुम्बई व चेन्नई में स्थापित किये गये। इसके बाद अन्य राज्यों में शीर्ष

बैंको की स्थापना की गयी। वर्तमान में लगभग सभी राज्यों में शीर्ष या राज्य सहकारी बैंक कार्य कर रहे हैं।

राज्य सहकारी बैंको के कार्य राज्य सहकारी बैंको का मूल उद्देश्य राज्य में कार्य करने वाली सहकारी सस्थाओं के एक सतुलन केन्द्र, समाशोधन गृह तथा वित्तीय सस्था के रूप में कार्य करना है। राज्य सहकारी बैंको के कार्यों को संक्षेप में निम्न प्रकार स्पष्ट कर रहे हैं —

- ▶ ये बैंक राज्य सहकारी सस्थाओं के साधनों के लिए सतुलन केन्द्रों के रूप में कार्य करते हैं।
- ▶ ये बैंक राज्य पर सहकारिता की नीति में समन्वय स्थापित करते हैं।
- ▶ ये बैंक समस्त सहकारिता आन्दोलन के लिए साख नीति निर्धारित करने तथा उसे कार्यान्वित करने में एक अत्यन्त महत्वपूर्ण भूमिका अदा करते हैं।
- ▶ ये बैंक केन्द्रीय बैंको के कार्यों पर नियन्त्रण रखते हैं तथा राज्य की सहकारी सस्थाओं के मित्र, प्रेरक तथा पथ प्रदर्शक के रूप में कार्य करते हैं।
- ▶ कहीं कहीं पर ये बैंक उपभोक्ता सहकारिता के प्रसार एवं संगठन में सहायता करते हैं।

राज्य सहकारी बैंको की प्रगति

30 जून, 1950 को देश में 14 शीर्ष बैंक थे जिनकी सदस्यता 18618 थी। इन बैंको की अशर्पूजी तथा कार्यशील पूँजी क्रमशः 135 करोड़ रुपये तथा 3045 करोड़ रुपये थी। इनके अपने कोषों में 236 करोड़ रुपये थे। राज्य सहकारी बैंको की प्रगति का विवरण निम्नलिखित तालिका द्वारा स्पष्ट है —

तालिका सख्या 4 13

राज्य सहकारी बैको की वित्तीय स्थिति

(राशि करोड रुपये में)

विवरण	वर्ष 1997-98
1 राज्य सहाकारी बैको की सख्या	28
2 स्वय कोष	2190
3 जमाए	1300
4 कार्यशील पूँजी	21430
5 वितरित किये गये ऋण	19000
6 बकाया ऋण	13921
7 अतिदेय	1171

(स्रोत माथुर, बी०एस०, सहकारिता, साहित्य भवन, आगरा पृ०-225)

राज्य सहकारी बैंक के सदस्य केन्द्रीय बैंक, प्राथमिक सहकारी समितियाँ तथा व्यक्ति है। देश में कार्य करने वाले 28 राज्य बैंको में से केवल 7 बैंक विशुद्ध प्रकार के हैं। जिनमें राज्य सरकार के अतिरिक्त केवल सहकारी सस्थाओं को ही उनमें हिस्से को खरीदने का अधिकार प्राप्त था। शेष बैंक मिश्रित राज्य सहकारी बैंक हैं जो सहकारी समितियों तथा व्यक्तियों दोनों की ही सहायता प्रदान करते हैं।

राज्य सहकारी बैंको की सदस्यता एवं प्रवृत्ति का विवरण निम्न लिखित तालिका द्वारा स्पष्ट है -

तालिका सख्या - 4 14

राज्य सहकारी बैंको में सदस्यता एवं सदस्यता की प्रवृत्ति

वर्ष	सहकारी समितियाँ	व्यक्ति	योग
1950-51	12,666	8,266	20,932
1960-61	21,515	7,069	28,584
1974-75	11,623	7,198	18,821
1979-80	12,574	10,881	23,455
1994-95	16,408	38,208	54,616
1997-98	16,811	39,100	55,810

(स्रोत माथुर बी०एस०, सहकारिता, साहित्य भवन, आगरा पृ० 226।)

राज्य सहकारी बैंक सम्बद्ध केन्द्रीय बैंको तथा समितियों को अपनी शाखाओं के अनुरूप ऋण प्रदान करते हैं। कुछ राज्यों में 'अ' तथा 'ब' वर्गों के ऋण बिना किसी सिफारिश के दे दिया जाता है, परन्तु 'स' वर्ग के बैंको को ऋण रजिस्टर्ड सहकारी समितियों की सिफारिश पर दिया जाता है।

राज्य सहकारी बैंको की ऋण सम्बन्धी क्रियाओं में काफी वृद्धि हुई है। इन बैंको द्वारा उधार दी गयी कुल राशि 1960-61 में 258 करोड़ रुपये से बढ़कर 1997-98 में 3,600 करोड़ रुपये हो गयी। परन्तु इस काल में ऋण वृद्धि के साथ-साथ अवधि पर ऋणों में काफी वृद्धि हुई है। इसी वर्ष कुल बकाया ऋण 2600 करोड़ रुपये थे। अतिदेय ऋण जो 1955-56 में 93 करोड़ रुपये के बराबर थे, वह बढ़कर 1997-98 में 198 करोड़ रुपये के बराबर हो गये।

राज्य सहकारी बैंक कृषि उत्पादन तथा उपज के विपणन के लिए अल्पकालीन ऋण प्रदान करते हैं। पशुओं एवं कृषि उपकरण एवं यन्त्रों को खरीदने के लिए तथा कुओं की खुदाई एवं मरम्मत आदि के लिए मध्यमकालीन ऋण देते हैं। 1997-98 में राज्य सहकारी बैंको ने कुल 17000 करोड़ रुपये के अल्पकालीन और 2,478 करोड़ रुपये के मध्यकालीन ऋण दिये।

राज्य सहकारी बैंको द्वारा अपने ऋणों एवं अग्रिम पर लिये जाने वाले ब्याज की दरें अलग-अलग हैं। उदाहरणार्थ, मौसमी कृषि कार्यक्रमों से सम्बन्धित ऋणों पर ब्याज दर विभिन्न राज्यों में 6 से लेकर 13 प्रतिशत तक है। कृषि औजारों के क्रय से सम्बन्धित ऋणों पर 7 से लेकर 13 प्रतिशत तक है। न केवल उद्देश्य की दृष्टि से वरन् राज्यों की दृष्टि से भी ब्याज दरें विभिन्न हैं, जैसे-मौसमी कृषि-कार्यक्रमों वाले ऋणों के लिए ब्याज दर पश्चिम बंगाल में 6.75 प्रतिशत, राजस्थान में 6.50 प्रतिशत से 7.75 प्रतिशत तक और असम में 10.5 प्रतिशत है।

भूमि विकास बैंक

कृषको को कृषि उत्पादन से लेकर विपणन तक की प्रक्रिया पूरी करने तक अनेक क्रियाएँ करनी पड़ती हैं, जिसके लिए उन्हें धन की जरूरत पड़ती है। किसानों को इस धन की पूर्ति तीन प्रकार के ऋण द्वारा होती है। अल्पकालीन ऋण का प्रयोग कृषको द्वारा घरेलू व्ययों की पूर्ति तथा बीज, खाद, भण्डारण आदि के लिए किया जाता है। मध्यमकालीन ऋण जिसकी अवधि 2 से 5 वर्ष की होती है। इसका प्रयोग बैल-गाय आदि पशुओं तथा अच्छे एवं आधुनिक कृषि यन्त्र खरीदने, कुओं की मरम्मत कराने आदि के लिए किया जाता है। परन्तु किसानों को फसली कार्यों के अतिरिक्त कुछ अन्य दीर्घकालीन आवश्यकताओं (जैसे-नलकूप लगवाने, कृषि सयन्त्र खरीदने तथा बन्धक भूमि को छुड़ाने) के लिए भी ऋण की आवश्यकता पड़ती है।

भारत में सर्वप्रथम भूमि बन्धक बैंक एक संयुक्त पूँजी वाले बैंक के रूप में 1863 में एक अंग्रेजी कम्पनी द्वारा स्थापित किया गया था। इस बैंक का नाम *भारतीय भूमि बन्धक बैंक लि०* था। बीस वर्षों तक कार्य करने के बाद इस बैंक ने कार्य करना बन्द कर दिया। भूमि बैंकिंग व्यवस्था का प्रारम्भ वास्तव में 1929 में माना जाता है जब मद्रास में इस प्रकार का बैंक स्थापित किया गया। विश्व मन्दी के बाद इन बैंकों का विकास हुआ परन्तु द्वितीय विश्व युद्ध में पुनः इनकी प्रगति रुक गयी।

सहकारी भूमि बन्धक बैंकिंग संगठन के अन्तर्गत प्रारम्भिक भूमि बन्धक बैंक तहसील स्तर पर स्थापित किये गये हैं। जिला स्तर पर कोई भूमि बन्धक बैंक माध्यमिक संस्था के रूप में नहीं स्थापित किया गया है। राज्य स्तर पर पृथक् एक केन्द्रीय भूमि बन्धक बैंक स्थापित है, जो भूमि बन्धक बैंकिंग क्रिया का केन्द्र-बिन्दु है। केन्द्रीय भूमि बन्धक बैंक ही आवश्यक निधियों को एकत्रित करते हैं तथा ऋण स्वीकार करने तथा उनकी वसूली का कार्य भी उन्हीं के द्वारा किया जाता है। प्राथमिक भूमि बन्धक बैंक केवल ऋण के प्रार्थना-पत्रों को सम्बन्धित

केन्द्रीय भूमि बन्धक बैंको तक पहुँचाने तथा व्यवितगत सदस्यों को ऋण प्रदान करने तक का ही कार्य करते हैं।

भूमि विकास बैंको से मिलने वाला ऋण काफी सस्ता होता है और उसकी अदायगी काफी लम्बे समय में करनी होती है। जिसके कारण बकाया ऋण एवं गैर निष्पादित सम्पत्तियों का अनुपात ज्यादा होता है। केन्द्रीय भूमि विकास बैंको की वर्तमान वित्तीय स्थिति निम्न तालिका द्वारा स्पष्ट है—

तालिका सख्या - 4 15

केन्द्रीय भूमि विकास बैंको की वित्तीय स्थिति

(राशि करोड रुपये में)

विवरण	वर्ष 1997-98
1 सख्या	20
2 स्वयं कोष	1,271
3 कार्यशील पूँजी	9,488
4 वितरित किये गये ऋण	1,876
5 बकाया ऋण	6,910
6 अतिदेय	767

अभी कुछ समय पूर्व तक भूमि बन्धक बैंक भूमि को बन्धक मुक्त करने तथा पुराने ऋणों का भुगतान करने के लिए दीर्घकालीन ऋण देते थे। परन्तु इधर कुछ वर्षों से कृषि-उपज के मूल्य बढ़ने से किसानों की आर्थिक हालत काफी सुधर गयी है। आज की समस्या कृषि-उत्पादन में वृद्धि है, इसलिए यह आवश्यक हो गया है कि भूमि बन्धक बैंक अपनी ऋण नीति करे तथा भूमि सुधार एवं विकास के लिए दीर्घकालीन ऋण प्रदान करे। वर्तमान में खेतों के किनारे बाँध बनाने, कुँए

खोदने, नलकूप लगाने, कृषि यन्त्र खरीदने आदि के लिए दीर्घकालीन ऋण की आवश्यकता होती है। वास्तव में, इन बैंकों ने उत्पादन कार्यों के लिए ऋण प्रदान किये हैं। केन्द्रीय भूमि विकास बैंक द्वारा उद्देश्यानुसार वितरित ऋणों का विवरण निम्न तालिका द्वारा स्पष्ट है -

तालिका सख्या 4 16

केन्द्रीय भूमि विकास बैंक द्वारा दिये गये ऋणों का उद्देश्यानुसार वर्गीकरण

(राशि करोड रुपये में)

उद्देश्य	1960-61	1973-74	1981-82	1997-98
उत्पादक कार्यों के लिए ऋण				
I भूमि सुधार	4 65	11 56	94 89	100 00
II कुओं की खुदाई व मरम्मत	उ0न0	109 20	94 89	100 00
III कृषि यन्त्रों का क्रय	3 45	15 00	106 13	110 00
IV कृषि गोदामों एवं फार्मों का निर्माण	उ0न0	4 31	9 29	11 00
V अन्य उत्पादक उद्देश्य	0 35	4 18	60 84	76 20
	8 45	114 25	365 20	371 31
अनुत्पादक कार्यों के लिए ऋण				
I ऋणों का शोधन	3 08	1 45	2 17	3 11
II अन्य कार्य	0 09	0 68	2 27	3 20
	3 17	2 13	4 44	4 76
कुल दिये गये ऋण	11 62	146 38	389 64	400 71

(स्रोत - माथुर, बी0एस0, सहकारिता, साहित्य भवन, आगरा, पृ0-246)

तालिका सख्या 4 16 का अध्ययन करने के पश्चात् हम निष्कर्ष निकाल सकते हैं कि केन्द्रीय भूमि विकास बैंक मुख्य रूप से उत्पादक कार्यों के लिए ही ऋण देता है। वर्ष 1960-61 में कुल दिये गये 11 62 करोड रुपये में से 8 45 करोड रुपये का ऋण उत्पादक कार्यों के लिए था, परन्तु 1997-98 तक उत्पादक कार्यों के लिए इस बैंक द्वारा कुल दिये गये ऋण में अनुपात और अधिक बढ़ गया क्योंकि इस दौरान इस बैंक द्वारा कुल प्रदान किये गये ऋण की राशि 400.71 करोड रुपये थी, जिसमें 371 31 करोड रुपये केवल उत्पादक कार्यों के लिए

ही था। इन बैंको की ऋण नीति में इस नवीन परिवर्तन के कारण ही आजकल इन्हें भूमि विकास बैंक कहा जाता है।

पंचवर्षीय योजनाओं में कृषि विकास को प्राथमिकता प्रदान किये जाने के कारण दीर्घकालीन साख की व्यवस्था करने वाली संस्था के रूप में भूमि विकास बैंको का महत्व अधिक बढ़ गया है। कई राज्यों में बड़ी तथा छोटी सिंचाई की योजनाओं का सूत्रपात किया गया है। इन योजनाओं से किसानों को उस समय तक कोई लाभ प्राप्त नहीं हो सकता, जब तक कि किसानों को जल प्रयोग करने के पूर्व की आवश्यकताओं जैसे—भूमि की सतह ठीक करने, भूमि पर नालियाँ तथा बाँध बनाने आदि, की आवश्यकता के लिए वित्त की सुविधाएँ नहीं मिलेंगी। अन्य क्षेत्रों में कुएँ खोदने पम्प सेट लगाने आदि के लिए भी किसानों को ऋण एवं साख की आवश्यकता पड़ती है। कृषकों को इन सभी आवश्यकताओं की पूर्ति करने में तथा कृषि विकास के कार्यक्रमों के लिए आवश्यक वित्त प्रदान करने में कृषि विकास बैंक महत्वपूर्ण भूमिका अदा कर रहे हैं।

वाणिज्यिक बैंक

कृषकों को कृषि उत्पादन एवं वितरण के लिए वित्त व्यवस्था में वाणिज्यिक बैंको की दिलचस्पी पहली बार तब शुरू हुई जब 1955 में भारतीय स्टेट बैंक की दिलचस्पी पहली बार तब शुरू हुई जब 1955 में भारतीय स्टेट बैंक की सहायता के पश्चात् सहकारी विधायन और विपणन समितियों को उधार सुविधाओं की व्यवस्था की गयी। स्टेट बैंक और इसके सहायक बैंको ने ग्रामीण क्षेत्रों में शाखाओं का एक जाल बिछा दिया परन्तु इस नेतृत्व का वाणिज्यिक बैंको ने लाभ न उठा पाया और वे कृषि वित्त की समस्याओं से अनभिज्ञ ही रहे। परन्तु 1969 में 14 तथा 1980 में 6 वाणिज्यिक बैंको का राष्ट्रीयकरण हो जाने के उपरान्त कृषि-वित्त में इन बैंको का योगदान आना शुरू हो गया। ये बैंक धीरे-धीरे कृषि ऋण की उपलब्धता में तेजी से वृद्धि की। इन बैंको द्वारा वर्ष 1991-92 में

कुल 4806 करोड रुपये, 1995-96 में 10583 करोड रुपये था 2000-01 में 24693 करोड रुपये के कृषि ऋण प्रदान किये।¹

वाणिज्यिक बैंक और प्रत्यक्ष वित्त 1969 में वाणिज्यिक बैंक राष्ट्रीयकरण के पश्चात् आरम्भिक अवस्था में अपना ध्यान बड़े किसानों और ऐसे किसानों पर केन्द्रित किया जो अधिक उपजाऊ किस्म के बीजों द्वारा खाद्यान्नों के उत्पादन को बढ़ाने के लिए उत्सुक एवं दृढ़ प्रतिज्ञ थे। इन किसानों को पम्पिंग सैट, ट्रैक्टर, अन्य कृषि मशीनरी, कुँए तथा ट्यूबवेल लगाने के लिए सीधे ऋण दिये गये। इसी प्रकार फल तथा बागानी फसलों, भूमि को उपजाऊ तथा विकसित करने आदि के लिए भी ऋण दिये गये।

वाणिज्यिक बैंक सहाकारी समितियों को कृषि सम्बन्धी वित्त उपलब्ध करना शुरू कर दिये हैं। ताकि कृषकों के लिए उत्पादन सम्बन्धी उधार का विस्तार हो सके। विशेष रूप में ये बैंक विपणन एवं विधायन में लगी हुई सहकारी समितियों को आसान एवं सुविधाजनक शर्तों पर ऋण उपलब्ध करा रहे हैं। वाणिज्यिक बैंकों द्वारा ऐसी एजेंसियों को जो आदानों के सम्भरण या कृषि उत्पाद के विपणन एवं विधायन को जो आदानों के सम्भरण या कृषि उत्पाद के विपणन एवं विधायन में लगी हैं, उधार देकर अप्रत्यक्ष रूप से किसानों को उत्पादन सम्बन्धी अप्रत्यक्ष उधार मुहैया करा रहे हैं। ये बैंक ऐसी उत्पादन या वितरक फार्मों, एजेंसियों और सहकारी समितियों को उधार देते हैं जो कृषि मशीनरी या पम्प सैट किराया खरीद पद्धति द्वारा या अन्यथा उपलब्ध कराती हैं। इसी प्रकार ये बैंक भारतीय खाद्य निगम, राज्यीय सरकारों और संस्थाओं को खाद्यान्नों की वसूली, संग्रहण एवं वितरण के लिए उधार देते हैं। कृषि विकास एवं छोटे किसानों की दशा सुधारने के लिए सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों ने निम्नलिखित योजनाएँ आरम्भ की हैं —

- छोटे किसानों की विकास एजेंसियाँ कायम की गयी हैं। ताकि छोटे तथा भविष्य में सक्षम बनने योग्य किसानों की समस्याओं का पता लगाया जा सके और उन्हें उनके जिलों में ही कृषि आदान और उधार मुहैया कराये जा सकें।

¹ मिश्र, जे०पी०, भारतीय अर्थव्यवस्था, मिश्रा ट्रेडिंग कारपोरेशन, वाराणसी पृ० 240।

► सहाकारी समितियों के प्रयास को बढ़ावा देने के लिए रिजर्व बैंक आफ इण्डिया ने एक योजना बनायी है जिसके अधीन वाणिज्यिक बैंक प्राथमिक कृषि उधार समितियों को वित्त उपलब्ध कराते हैं। जो फिर किसानों के लिए वित्त प्रबन्ध करती हैं। यह योजना 13 राज्यों के 142 जिलों में लागू की जा रही है और इससे लगभग 2870 प्राथमिक समितियाँ सहायता प्राप्त कर रही हैं।

यह अनुमान लगाया गया है कि लगभग 70 प्रतिशत किसान जिनके पास 2 हेक्टेयर से कम भूमि है, को बैंक ऋण उपलब्ध नहीं है। केवल बड़े भू-स्वामी ही उधार पात्र समझे जाते हैं और बैंक उन्हें ही ऋण देते हैं। परन्तु ऐसी स्थिति एव सोच में परिवर्तन होने के संकेत मिलने लगे हैं। आगामी कुछ वर्षों में कृषि क्षेत्र की आवश्यकता 25,000 से 30,000 करोड़ रुपये के बीच आँकी गयी है। इन्हें पूरा करना कठिन कार्य है। इसकी जिम्मेदारी वाणिज्यिक बैंकों एव सहकारी समितियों को उठानी है।

क्षेत्रीय ग्रामीण बैंक

बीससूत्रीय कार्यक्रम का एक महत्वपूर्ण उद्देश्य धीरे-धीरे ग्रामीण ऋणग्रस्तता को समाप्त करना था और ग्रामीण क्षेत्रों में किसानों को सस्थनात्मक उधार उपलब्ध कराना था। नये आर्थिक कार्यक्रम के इस पहलू को आगे बढ़ाने के लिए ही भारत सरकार ने 26 सितम्बर, 1975 को एक अध्यादेश द्वारा देश भर में स्थापित 'क्षेत्रीय ग्रामीण' बैंकों का मुख्य उद्देश्य विशेष रूप से छोटे तथा सीमान्त किसानों, कृषि मजदूरों, को उधार तथा अन्य सुविधाएं उपलब्ध कराना है, ताकि वे ग्रामीण क्षेत्रों में कृषि एव अन्य उत्पादक क्रियाओं को विकसित कर सकें।

प्रारम्भ में, 2 अक्टूबर 1975 को पाँच क्षेत्रीय बैंक स्थापित किये गये। उत्तर प्रदेश में मुरादाबाद और गोरखपुर में, हरियाणा में भिवानी में, राजस्थान में जयपुर और पश्चिम बंगाल में माल्डा में स्थापित किये गये। प्रत्येक क्षेत्रीय ग्रामीण बैंक की अधिकृत पूँजी एक करोड़ रुपये और निर्गमित एव चुकता पूँजी 25 लाख रुपये थी। क्षेत्रीय ग्रामीण बैंक में केन्द्रीय सरकार द्वारा 50 प्रतिशत, राज्यीय सरकार

द्वारा 15 प्रतिशत और इस बैंक को चलाने वाले वाणिज्य बैंक द्वारा 35 प्रतिशत योगदान दिया जाता है।¹

क्षेत्रीय ग्रामीण बैंको का प्रबन्ध 9 सदस्यों के संचालक मण्डल द्वारा किया जाता है, जिसका सचिव केन्द्र सरकार द्वारा मनोनित किया जाता है। इसके अतिरिक्त 3 संचालक केन्द्रीय सरकार द्वारा, 2 संचालक राज्य सरकार द्वारा तथा शेष 3 संचालक सम्बन्धित बैंक द्वारा मनोनित किये जाते हैं।²

जून, 2000 के अन्त तक 23 राज्यों में 196 क्षेत्रीय ग्रामीण बैंको की स्थापना की जा चुकी है। जिसकी 14459 शाखाएँ 425 जिलों में कार्य कर रही हैं। इन बैंको द्वारा कुल दिये गये एवं वितरित किये गये ऋण जो कृषि कार्यों से सम्बन्धित थे, वर्ष 1991-92 में 596 करोड़ रुपये, 1995-96 में 1500 करोड़ रुपये तथा वर्ष 1999-2000 में यह बढ़कर 3329 करोड़ रुपये हो गया।³

यह बैंक लघु एवं सीमान्त कृषको, भूमिहीन कृषि मजदूरों को समयानुसार सफलतापूर्वक उचित मात्रा में ऋण उपलब्ध कराकर ग्रामीण अर्थव्यवस्था के कृषि विकास में सक्रिय भूमिका निभा रहे हैं। इन बैंको की शाखाएँ अधिकांशतः पिछड़े क्षेत्रों में खोली गयी हैं, जहाँ पहले कृषको के लिए वित्तीय सुविधा देने वाली संस्थाएँ नहीं थीं। ये बैंक ग्रामीण क्षेत्रों में कृषको को बचतों के लिए भी प्रोत्साहित करते रहते हैं।

अकुशल प्रबन्ध एवं प्रशासन तथा मितव्ययिता के अभाव में देश में कार्यरत अधिकांश क्षेत्रीय ग्रामीण बैंक घाटे पर चल रहे हैं जबकि यह आशा की गयी थी कि अपनी स्थापना के 5 वर्षों के भीतर यह बैंक अपना एक सशक्त आधार तैयार कर लेंगे। अतः इन बैंको द्वारा प्रदान की जा रही सहायता एवं सुविधाओं के विस्तार के लिए सक्षम प्रबन्ध एवं प्रशासन के साथ-साथ पुनर्गठन की महती आवश्यकता है।

¹ दत्त एवं सुन्दरम, *भारतीय अर्थव्यवस्था*, एस0 चन्द एण्ड कम्पनी लि0, नई दिल्ली पृ 388।

² मिश्रा, जे0पी0, *भारतीय अर्थव्यवस्था*, मिश्रा ट्रेडिंग कारपोरेशन, वाराणसी, पृ0 241।

³ मिश्रा, जे0पी0, *भारतीय अर्थव्यवस्था*, मिश्रा ट्रेडिंग कारपोरेशन, वाराणसी, पृ0 241, 242।

इण्डियन फारमर्स फर्टिलाइजर कोऑपरेटिव लिमिटेड (इफको)

देश को खाद्यान्न उत्पादन के मामले में आत्मनिर्भर बनाना व कृषि उत्पादन में सतत वृद्धि करना भारतीय उर्वरक उद्योग की प्रमुख प्रतिबद्धता है। किसानों को उत्तम किष्म के उर्वरकों की समय पर आपूर्ति सुनिश्चित करने के लिए 3 नवम्बर, 1967 को एक बहुराज्यीय सहकारी समिति के रूप में 'इण्डियन फारमर्स फर्टिलाइजर कोऑपरेटिव लिमिटेड' का सूत्रपात किया गया। भारतीय सहकारिता आन्दोलन में किया गया यह एक अनूठा प्रयोग था, जिसकी सफलता की गाथा किसानों की सहकारी समितियों व भारत सरकार के संयुक्त प्रयासों व अमेरिका की सीओएफआई के तकनीकी सहयोग से लिखी गयी।

वर्ष 1975 के प्रारम्भ में गुजरात में इफको के, कलोल व काडला संयन्त्र चालू किये गये थे। इफको द्वारा उत्पादित एनपीके /डीओपी/ यूरिया का विपणन 25 राज्यों व दो संघशासित प्रदेशों की सदस्य सहकारी समितियों के माध्यम से किया जाता है।

उत्कृष्टता के लिए निरंतर प्रयासरत रहने वाली संस्था इफको ने वर्ष 1992-93 में 'विजन-2000' नामक कारपोरेट योजना तैयार की जिसमें संयन्त्रों के विस्तार का व्यापक कार्यक्रम तैयार किया गया। समिति ने वर्ष 1996 से 1999 के दौरान कलोल, फूलपुर तथा काडला स्थित अपनी उत्पादन इकाइयों की उत्पादन क्षमता का एक के बाद एक विस्तार करके कृषकों का सपना साकार किया। यह अविस्मरणीय उपलब्धि भारत की स्वतंत्रता के स्वर्ण जयंती काल में किसानों की अपनी संस्था इफको द्वारा राष्ट्र को प्रदान की गयी अमूल्य भेंट थी।

वर्तमान में इफको एक विशाल व शक्तिशाली संस्था बन चुकी है। वर्ष 1967-68 में इसकी सदस्य समितियों की संख्या मात्र 57 थी, जो 31 मार्च 2001 तक बढ़कर 35973 तक पहुँच गयी है। इसी प्रकार वर्ष 1967-68 में इसकी सदस्य

समितियों की इक्विटी मात्र छह लाख रुपये थी जो वर्ष 2000-2001 में बढ़कर 471 72 करोड़ रुपये हो गयी है।¹

इफको ने वर्ष 2000-01 के दौरान देश के कुल नाइट्रोजिनस व फास्फोरिक उर्वरकों के उत्पादन में क्रमशः 17.10 व 17.70 प्रतिशत का योगदान किया। वर्ष 2000-01 के दौरान इफको के चारों सयन्त्रों ने 35.34 लाख टन यूरिया व 17.03 लाख टन एन⁰पी⁰के⁰/डी⁰ए⁰पी⁰ का उत्पादन अर्थात् कुल 52.37 लाख टन उर्वरकों का उत्पादन करके सराहनीय कार्य किया है। वर्ष 2000-01 के दौरान इफको के सभी सयन्त्रों की क्षमता का उपयोग नाइट्रोजिनस उर्वरकों के मामले में शत-प्रतिशत से अधिक व फास्फोरिक उर्वरकों के मामले में 118 प्रतिशत रहा। सभी सयन्त्र अपनी स्थापना से लेकर अब तक 600 लाख टन उर्वरकों का उत्पादन कर चुके हैं। इफको के चारों सयन्त्र की उपलब्धियों का विवरण अलग-अलग निम्न प्रकार है -

कलोल सयन्त्र इस इकाई में वर्ष 1975 में उत्पादन आरम्भ हुआ था। इसमें अमोनिया, यूरिया तथा ड्राईआक्साइड के उत्पादन के लिए सयन्त्र लगाये गये हैं तथा अन्य आवश्यक ऑफ साइड सुविधाएं मुहैया करायी गयी हैं। देश का एक पुराना सयन्त्र होने को बावजूद समय-समय पर इसकी गत्यावरोध दूर किये जाने की वजह से यह सयन्त्र अभी भी बहुत अच्छा कार्य कर रहा है।

कलोल सयन्त्र अपनी स्थापना से लेकर 7 जनवरी 2001 तक 100 लाख टन से अधिक यूरिया का उत्पादन कर चुका है। वर्ष 2000-2001 के दौरान इस सयन्त्र ने 3.03 लाख टन अमोनिया व 4.88 लाख टन यूरिया का उत्पादन डाइआक्साइड तथा 130 लाख टन ड्राई आइस का मथन किया। इस सयन्त्र को भारत सरकार के ऊर्जा मन्त्रालय से उर्वरक क्षेत्र में 'राष्ट्रीय ऊर्जा संरक्षण पुरस्कार 2000' मेरिट प्रमाण पत्र प्राप्त हुआ था।

काडला संयंत्र काडला सयन्त्र में डी⁰पी⁰पी⁰ तथा दो श्रेणी के एन⁰पी⁰के⁰ उर्वरकों का उत्पादन किया जाता है। वर्ष 2000-01 के दौरान इस इकाई में 17.03 लाख

¹ सहकारिता, अक्टूबर, नवम्बर, 2001, यू⁰पी⁰ कोआपरेटिव यूनियन लि०, लखनऊ, पृ० 51।

टन एनपी के व डीएपी का उत्पादन किया गया और 118 प्रतिशत क्षमता का उपयोग किया गया। यह उपलब्धि इसलिए और महत्वपूर्ण है कि जनवरी 2001 में गुजरात में आये विनाशकारी भूकम्प की वजह से सयन्त्र को हुए नुकसान की मरम्मत करने के लिए सयन्त्र को दो माह तक बन्द करना पड़ा था। वर्ष 1975 के जनवरी माह में इस सयन्त्र का उत्पादन कार्य प्रारम्भ हुआ था, उस समय से लेकर 31 मार्च 2001 तक इसमें 229 लाख टन एनपी के तथा डीएपी का उत्पादन किया जा चुका है।

वर्ष 2000-01 के दौरान काडला इकाई को भारतीय उर्वरक सघ से सुरक्षा के क्षेत्र में उत्कृष्टता के लिए पुरस्कार प्राप्त हुए हैं, तथा राष्ट्रीय उत्पादकता परिषद से वर्ष 1997-98 का उत्पादन पुरस्कार प्राप्त हुआ है। इसके अलावा अमेरिका की राष्ट्रीय सुरक्षा परिषद से इंडस्ट्री लीडर अवार्ड भी प्राप्त हुआ।

फूलपुर सयन्त्र : फूलपुर सयन्त्र-1, अमोनिया यूरिया सयन्त्रों में वित्तीय वर्ष 2000-01 के दौरान 3.02 लाख टन अमोनिया तथा 5.20 लाख टन यूरिया का उत्पादन किया गया। इन दोनों सयन्त्रों ने क्षमता का 102 प्रतिशत उपयोग किया गया। वर्ष 2000-01 के दौरान फूलपुर सयन्त्र-2, में 5.02 लाख टन अमोनिया और 8.54 लाख टन यूरिया का उत्पादन किया गया और इसके अमोनिया व यूरिया सयन्त्रों ने क्रमशः 101 प्रतिशत तथा 100 प्रतिशत क्षमता का उपयोग किया।

फूलपुर स्थित दोनों इकाइयों का कुल उत्पादन, वर्ष 2000-01 के दौरान 13.74 लाख टन यूरिया रहा। इन दोनों इकाइयों का कुल उत्पादन वर्ष 2000-01 तक 130 लाख टन यूरिया का उत्पादन किया जा चुका है।¹

आवला संयंत्र प्राकृतिक गैस की सीमित उपलब्धता के बावजूद आवला-1 ने, वर्ष 2000-01 के दौरान 5.04 लाख टन अमोनिया तथा 8.14 लाख टन यूरिया का उत्पादन किया। इस संयंत्र में अमोनिया के उत्पादन के मामले में 102 प्रतिशत तथा यूरिया के मामले में 95 प्रतिशत क्षमता का उपयोग किया गया। आवला-2 की, अमोनिया व यूरिया इकाइयों ने वर्ष 2000-01 के दौरान 5.02 लाख टन अमोनिया

¹ सहकारिता, अक्टूबर, नवम्बर, 2001, यू०पी० कोऑपरेटिव यूनियन लि० पृ० 53।

तथा 858 लाख टन यूरिया का उत्पादन किया और 844 लाख टन यूरिया का उत्पादन करके पिछले वर्ष का रिकार्ड तोड़ा।

इन दोनों सयन्त्रों ने वर्ष 2000-01 के दौरान 1658 लाख टन यूरिया का उत्पादन किया। आवला स्थित सयन्त्रों द्वारा अपनी स्थापना से लेकर मार्च 2001 तक 140 लाख टन यूरिया का उत्पादन किया जा चुका है।

इफको का विपणन वर्ष 2000-01 के दौरान प्रतिकूल मौसमी परिस्थितियों तथा उर्वरकों की खपत में कमी के बावजूद इफको ने 5510 लाख टन उर्वरकों की रिकार्ड बिक्री की। इस बिक्री में 364 लाख टन यूरिया तथा 1906 लाख टन एन पी के / डीएपी शामिल हैं। इस प्रकार आलोच्य वर्ष में बिक्री में सात प्रतिशत की बढ़ोत्तरी दर्ज की गयी थी। उल्लेखनीय है कि गतवर्ष (1999-2000) में 5572 लाख टन उर्वरकों की बिक्री की गयी थी।

वित्तीय कार्यनिष्पादन वर्ष 2000-01 के दौरान समिति ने 5151 करोड़ रुपये का कारोबार किया था। इस प्रकार कारोबार में 137 प्रतिशत की वृद्धि हुई। वर्ष 2000-01 के दौरान समिति ने 234 करोड़ रुपये कर पूर्व लाभ अर्जित किया। इफको सदैव उर्वरकों के सतुलित उपयोग पर बल देती रही है, और इसने अपने कृषि प्रसार कार्यक्रमों में उर्वरकों के सतुलित उपयोग की अवधारणा के बारे में किसानों को प्रशिक्षण प्रदान करने पर विशेष ध्यान दिया है, ताकि कृषि उत्पादन को टिकाऊ बनाया जा सके। यह कार्य ग्रामीण स्तर पर कार्यरत इफको के क्षेत्रीय कर्मचारियों के माध्यम से किया जाता है।

इफको द्वारा चलाये जाने वाले सबर्द्धनात्मक कार्यक्रम जैसे क्षेत्र प्रदर्शन, क्षेत्र दिवस, किसान सभाएं, बीज बहुलीकरण, ग्राम अगीकरण, फसल गोष्ठियाँ, विशेष अभियान आदि किसानों तक कृषि तकनीकों के पहुँचाने के लाभार्थ अनेक किसान सभाएं, क्षेत्र दिवस, फसल गोष्ठियाँ, द्वि-भूखण्ड आदि किये हैं। इफको ने 2546 हेक्टेयर भूमि पर बीज बहुलीकरण कार्यक्रम चलाये जाने के साथ साथ अनेक मृदा परीक्षण अभियान भी चलाये, जिसमें मिट्टी के नमूने की जाँच की

गयी। इसके अलावा किसानों को क्रान्तिक आदान पकेज जिसमें बीज, उर्वरक, कृषि रसायन होते हैं, निशुल्क वितरित किये गये। समिति के 165 किसान सेवा केन्द्र देश भर में किसानों की सेवा के लिए कार्यरत हैं। इन केन्द्रों पर किसानों को तकनीकी मार्गदर्शन प्रदान किया जाता है, और छोटे तथा बड़े किसानों को एक ही स्थान पर सभी कृषि आदान उपलब्ध कराये जाते हैं। हाई टेक कृषि के विभिन्न पहलुओं पर विशेष परियोजनाएँ जैसे ड्रिप सिंचाई, जैव उर्वरक, जैव कीटनाशक, कृषि में प्लास्टिक का उपयोग, कृषि उपकरण, वर्षाधीन प्रबन्ध, बजर भूमि का विकास, माइक्रो सिंचाई आदि चलाई जाती हैं। राष्ट्र के सहकारिता तन्त्र को सुदृढ़ बनाना इफको का मुख्य प्रयोजन है। ग्रामीण स्तर की सहकारी समितियों को सक्षम एवं सुदृढ़ बनाने के प्रयोजन से इफको उन्हें नियमित रूप से सरक्षण छूट प्रदान करती चली आ रही है। इफको ने इफको-एन सी डी सी समितियों का प्रवर्तन किया है और 'सहकारिता रत्न' तथा 'सहकारिता बन्धु' पुरस्कारों का सूत्रपात किया है। वर्ष 1997-98 में प्रारम्भ किये गये सहकारिता विकास कार्यक्रम के अन्तर्गत इफको ने अभी तक 1050 सहकारी समितियों को अगीकार किया है।

सहकारी समितियों को वित्तीय दृष्टि से और सक्षम बनाने के उद्देश्य से इफको, अगीकृत की गयी कुछ समितियों को इफको की विशेषाधिकार प्राप्त समितियों के रूप में विकसित कर रही है। इस प्रयोजनार्थ उन्हें शैक्षिक तथा सवर्द्धनात्मक कार्यक्रमों को चलाने के लिए मार्ग निर्देशन देने के साथ साथ रैंक की साज सभाल, परिवहन तथा भण्डारगारों का कार्य दिया जा रहा है। अभी तक 257 सहकारी समितियों ने भण्डारगारों का कार्य किया है, और 356 सहकारी समितियों ने भण्डारगारों से अपने गोदामों तक उर्वरकों के परिवहन का कार्य किया है।

इफको ने ग्राम अगीकरण कार्यक्रम के माध्यम से आदर्श कृषि ग्रामों को विकसित करने का कार्य प्रारम्भ किया है। इफको द्वारा अगीकृत 458 ग्रामों में से बहुत से ग्राम आर्थिक रूप से पिछड़े हुए हैं। समिति द्वारा शुष्क खेती, समयानुसृत भूमि का सुधार, उत्तम किस्म के बीजों का उत्पादन की सम्भावना वाले क्षेत्रों में धान की पैदावार बढ़ाने व आदिवासी और पिछड़े इलाकों को विकसित

करने का कार्य भी प्रारम्भ किया है। आई एफ डी सी नामक एक अलग सहकारी समिति का गठन किया गया है, जो उत्तर प्रदेश, मध्य प्रदेश और राजस्थान में वन लगाने का कार्य कर रही है।

किसानों को तकनीकी के बारे में जानकारी उपलब्ध कराने तथा सामाजिक व कृषि विस्तार कार्यक्रमों को आयोजित करने के लिए फोकल केन्द्रों के रूप में कार्य करने के उद्देश्य से 78 भण्डारण-सहसामुदायिक केन्द्रों की स्थापना की गयी है। इफको ग्रामीण विकास गतिविधियाँ यथा ग्रामों में, स्कूलों में और अन्य सार्वजनिक स्थानों पर कृषकों के हित में वृद्धि हेतु अनेक सुझाव लिखवाये हैं।

‘विजन-2000’, जिसके फलस्वरूप इफको को उर्वरक उत्पादन और वितरण के क्षेत्र में अग्रणी बनाने में सहायता मिली है, की सफलता से उत्साहित होकर इफको ने अपने भावी विकास एवं उन्नति के लिए एक और पंचवर्षीय योजना ‘मिशन-2005’ आरम्भ की है। ‘मिशन-2005’ का उद्देश्य विदेश में संयुक्त उद्यम स्थापित करके भूमण्डलीय संसाधनों का दोहन करना है। इस प्रायोजन के लिए विदेश में उपलब्ध कच्चे माल को किफायती दरों पर प्राप्त करके या तो भारत में संश्लिष्ट उर्वरकों का उत्पादन किया जायेगा या उसी देश में यूरिया का उत्पादन करके भारत में उसका आयात किया जायेगा।

इफको सूचना प्रौद्योगिकी पर आधारित विभिन्न डिजीजन सपोर्ट सिस्टम का कार्यान्वयन कर रही है। इफको के सभी कार्यालयों इंटरनेट गेटवे तथा इफको नेटवर्क में अप्राधिकृत प्रवेश को रोकने के लिए फायर वाल प्रोटेक्शन की सुविधा होगी। इफको सूचना प्रौद्योगिकी के लाभ किसानों तक पहुँचाने के लिए प्रयास कर रही है। इस सम्बन्ध में इफको कृषि एवं सहकारिता क्षेत्र की आवश्यकताओं को पूरा करने पर विशेष ध्यान दे रही है। इफको कृषि, उर्वरक, उद्योग, कृषि रसायनों और सहकारिता क्षेत्र में सम्बन्धित सूचनाएँ उपलब्ध कराने के लिए वेब आधारित सेवाओं का विकास करने के लिए कार्य कर रही है।

इफको ने भारतीय अंतरिक्ष अनुसंधान संस्थान (इसरो) के सहवर्तन में उसकी सेटेलाइट सुविधाओं का उपयोग करते हुए डिजीजन सपोर्ट सिस्टम के आधार पर एक महत्वाकांक्षी कृषि जलवायु भौगोलिक सूचना प्रणाली को आरम्भ किया है। इन सूचना प्रणाली में वितरण तथा विपणन के क्षेत्र में सक्षम ढंग से निर्णय लेने के लिए इफको के तर्क सगत एवं आधारभूत सुविधाओं से सम्बन्धित ऑकड़े शामिल हैं। इसके अलावा इसमें कृषि की जिलावार सूचना, भूमि कवर सम्बन्धी सूचना, सिचाई, वर्षाधीन क्षेत्र, मिट्टी के प्रकार, मौसम सम्बन्धी ऑकड़े जैसे ऐतिहासिक ऑकड़े, उपग्रहीय छवियों के आधार पर वर्षा के बारे में सूचना देना शामिल है। इफको कोआपरेटिव क्योस्क में भी कम्प्यूटर की स्थापना करेगी, जिसके माध्यम से किसानों को इंटरनेट के माध्यम से जानकारी उपलब्ध कराने के साथ-साथ ग्रामीण क्षेत्रों के लिए उपयोगी इंटरनेट आधारित उत्पादों व अन्य सेवाओं की भी जानकारी दी जायेगी।

कृषक भारती कोआपरेटिव लिमिटेड

कृषक भारती कोआपरेटिव लिमिटेड (कृभको) सहकारी क्षेत्र में विश्व की अग्रणी उर्वरक उत्पाद संस्था है, जिसने सभी स्तरों पर उत्कृष्ट उपलब्धियाँ अर्जित की हैं। संस्था ने अपने प्रचालन का 15वाँ वर्ष भी सफलतापूर्वक पूरा कर लिया है। संस्था की स्थापना रासायनिक उर्वरकों और इसके सहबद्ध कृषि आदानों का उत्पादन और वितरण करने के लिए अप्रैल 1980 में एक राष्ट्रीय स्तर की सहकारी समिति के रूप में की गई थी। कृभको ने सहकारी दर्शन को पूर्णतः आत्मसात कर लिया है और यह देश में आधुनिक कृषि को प्रोत्साहन देने तथा कृषि सहकारी समितियों को सुदृढ़ बनाने में निरन्तर प्रयासरत रही है।

सयत्र मुम्बई हाई साउथ बेसिन से प्राप्त प्राकृतिक गैस पर आधारित समिति का विशाल अमोनिया-यूरिया सयन्त्र गुजरात में सूरत के निकट हजीरा में स्थित है। इस सयत्र में 1350—1350 मी० टन प्रतिदिन की उत्पादन क्षमता वाले दो अमोनिया सयत्र हैं। यूरिया के प्रत्येक संयत्र में दो स्ट्रीम्स हैं। प्रत्येक की उत्पादन क्षमता 1100

मी० टन प्रतिदिन है। यूरिया संयन्त्र की वार्षिक उत्पादन क्षमता 14.52 लाख मी० टन है।

उत्पादन : अपने वाणिज्यिक उत्पादन के प्रथम पूर्ण वर्ष अर्थात् 1986-87 में अमोनिया और यूरिया संयन्त्रों ने क्रमशः 93.5 प्रतिशत और 97.4 प्रतिशत क्षमता उपभोग की जो प्रचालन के प्रथम वर्ष में किसी भी अमोनिया-यूरिया संयन्त्र के लिए एक कीर्तिमान है। इसके बाद से यह संयन्त्र निरन्तर 100 प्रतिशत क्षमता से अधिक उपयोग कर रहा है। गैस की आपूर्ति बाधित होने तथा हजीरा में अभूतपूर्व बाढ़, जिसके कारण संयन्त्र लगभग 15 दिनों तक बन्द रहा, के बावजूद संस्था ने वर्ष 1998-99 के दौरान अपनी यूरिया और अमोनिया की निर्धारित क्षमता का क्रमशः 104.4 प्रतिशत और 105.3 प्रतिशत उपयोग किया। गत 6 वर्षों में अमोनिया और यूरिया के सम्बन्ध में किये गये कार्यकलापों का विवरण निम्नलिखित है :-

तालिका संख्या - 4.17

कृषकों का उत्पादन एवं क्षमता उपयोग (उत्पादन लाख मी० टन में)

वर्ष	अमोनिया की मात्रा	क्षमता उपभोग(प्रति० में)	यूरिया की मात्रा	क्षमता उपभोग(प्रति० में)
1995-96	10.50	117.80	17.22	118.60
1996-97	9.86	110.63	15.40	106.09
1997-98	9.39	105.34	15.17	104.44
1998-99	10.80	121.27	17.12	122.00
1999-2000	9.47	106.00	15.57	107.00
2000-01	9.63	108.10	16.31	112.30

(स्रोत - सहकारिता अक्टूबर नवम्बर 2001 - पृष्ठ 55.उ०प्र कोआपरेटिव यूनियन लि०, लखनऊ)

उपरोक्त तालिका सख्या 4 19 से स्पष्ट है कि कृभको ने 1995-96 से 2000-01 तक अमोनिया एवं यूरिया के उत्पादन में 100 प्रतिशत से ज्यादा उपभोग किया, जो अच्छी कार्यकुशलता का परिचायक है।

उत्पादन प्रेषण कृभको यूरिया सयन्त्र से अपने विभिन्न क्षेत्र के अन्तर्गत 16 राज्यों को रेल और ट्रकों के माध्यम से भेजा जाता है। समिति का प्रेषण निष्पादन सदैव उत्कृष्ट रहा है और हर रोज तैयार किये जाने वाली सारी यूरिया तत्काल विभिन्न राज्यों को भेज दी जाती है। वर्ष 2000-01 के दौरान सयन्त्र ने अपने विपणन क्षेत्र के अन्तर्गत आने वाले राज्यों में ई0सी0ए0 आवटन के अनुसार 16 54 लाख मी0 टन यूरिया का प्रेषण किया।

जैव उर्वरक कृभको ने कम लागत पर पूरक पोषक तत्व सुलभ कराने की दृष्टि से हजीरा सयन्त्र में वर्ष 1995 से जैव उर्वरक क्षेत्र में 100 मी0 टन प्रतिवर्ष क्षमता वाला एक सयन्त्र स्थापित कर विविधीकरण किया। कृभको ने जैव खादों की बढ़ती माँग को देखते हुए दिसम्बर 1998 में सयन्त्र की उत्पादन क्षमता 250 मी0 टन प्रतिवर्ष कर दी। वर्ष 2000-01 के दौरान 384 40 मी0 टन जैव उर्वरकों के बारे में जागरूकता पैदा करने के लिए समिति खेत प्रदर्शन, प्रदर्शनियों आदि का आयोजन किया एवं किसानों में इसके साहित्य निशुल्क वितरित किये।

पौधों के पोषक तत्वों के सस्ते स्रोतों के लिए राष्ट्रीय प्राथमिकता तथा अधिक तापमान के संवेदनशील इस उत्पाद की आयु कम होने और परिवहन समस्याओं पर विचार करते हुए कृभको दो और उर्वरक सयन्त्र लगा रही है।

सदस्यता समिति की सदस्य सख्या मार्च 2000 तक 5038 थी जो मार्च 2001 तक बढ़कर 5188 हो गयी। कृभको ने मार्च 2001 तक अपनी सदस्य सहकारी समितियों को मात्रा छूट के बदले 14 75 करोड़ रुपये के अंश जारी करके उनका आर्थिक आधार सुदृढ़ किया।

विपणन कार्यकलाप समिति ने ई0सी0ए0 आवटन के अनुसार उत्तर प्रदेश, उत्तरांचल, पंजाब, हिमाचल प्रदेश, हरियाणा, दिल्ली, गुजरात, मध्य प्रदेश, छत्तीसगढ़, राजस्थान, महाराष्ट्र, आन्ध्र प्रदेश, कर्नाटक, तमिलनाडु, बिहार व पश्चिम

बंगाल में सहकारी समितियों तथा सस्थागत एजेन्सियों के माध्यम से अपने उत्पाद का विपणन किया। अधिकांश राज्यों में शीर्ष स्तर के सहकारी सघों। सस्थाओं में अपना उत्पाद सुलभ कराने के अतिरिक्त कृषकों को उत्तर प्रदेश, राजस्थान एवं पंजाब में छोटे स्तर की सहकारी समितियों को सीधे आपूर्ति करने से उत्पाद केवल समय से ही उपलब्ध नहीं होता, तथा उर्वरक खपत में वृद्धि ही नहीं होती बल्कि इन समितियों का कार्य संचालन आसान होता है, तथा लाभ में भी वृद्धि होती है।

यूरिया के अतिरिक्त कृषकों को आन्ध्र प्रदेश में एन0एफ0सी0एल0 यूरिया की भी बिक्री कर रही है और औद्योगिक मेले, कृषक वाद-विवाद, फसल गोष्ठियाँ जैसे 3600 से भी अधिक कार्यक्रम आयोजित किये गये। इन कार्यक्रमों से देश भर में 3 लाख से भी अधिक किसान लाभान्वित हुए।

समिति देश में सहकारी आन्दोलनों का विकास करने एवं उसको सुदृढ़ बनाने के प्रति पूर्णतया प्रतिबद्ध है। सहकारी उर्वरक विपणन में व्यवसायिकता लाने की दृष्टि से समिति द्वारा सहकारी कार्मिकों को नियमित रूप से प्रशिक्षण उपलब्ध कराया जाता है। वर्ष 2000-01 के दौरान सहकारिता सम्मेलन, कार्यशालाएँ एवं प्रशिक्षण दौरे आदि जैसे 284 कार्यक्रम किये गये। कृषक परिवार सगम कार्यक्रम के तहत 11 राज्यों के किसानों ने गुजरात का भ्रमण किया। राज्य स्तरीय सलाहकार समितियों की 10 राज्यों में बैठकें की गयीं।

कृषक भारती सेवा केन्द्र छोटे एवं सीमान्त किसानों को एक ही स्थान पर सभी आवश्यक कृषि आदान जैसे उर्वरक, बीज, कीटनाशी, औषधियाँ, सूक्ष्म पोषक तत्व, मृदा सुधार, कृषि उपस्कर, तकनीकी सूचना उपलब्ध कराने की दृष्टि से कृषकों को उ0 प्र0, पंजाब, हरियाणा व कर्नाटक में 64 कृषक भारती सेवा केन्द्र चला रही है।

बीज बहुलीकरण कार्यक्रम - कृषि पैदावार बढ़ाने में बीज एक निर्णायक भूमिका अदा करता है। अतः गुणवत्ता वाले बीजों की उपलब्धता किसानों के लिए बहुत महत्व रखती है। किसानों को गुणवत्ता वाले बीज उपलब्ध कराने की दृष्टि से समिति ने वर्ष 1990-91 में बीज बहुलीकरण कार्यक्रम प्रारम्भ किया। शुरू में यह कार्यक्रम उत्तर प्रदेश एवं हरियाणा में ही सीमित था। जहाँ कमश अलीगढ़ एवं हिसार में

एक-एक बीज ससाधन सयत्र लगाया गया। अब इस कार्यक्रम का राजस्थान, गुजरात और आन्ध्र-प्रदेश में विस्तार किया गया है जिसके तहत वर्ष 1996-97 में ए इन राज्यों में कमश अजमेर, गोधरा एव निजामाबाद में एक-एक बीज ससाधन सयन्त्र लगाया गया। इस कार्यक्रम में अच्छी सफलता मिलने के कारण दो और बीज ससाधन सयन्त्र देवास (म0प्र0) एव मोठ (उ0प्र0) में स्थापित किये गये। वर्ष 2000-01 में समिति ने 1,16,277 क्विंटल बीजों का उत्पादन किया।

धान्य फसलों के अलावा दलहन एवं तिलहन के बीजों का उत्पादन करने पर भी बल दिया गया है। सहकारी समितियों ने कृषकों बीजों के प्रति अच्छी रुचि दिखाई है। विभिन्न राज्यों की बढ़ती हुई माँग को पूरा करने के लिए वर्ष 2001-02 में 150 लाख क्विंटल प्रमाणित/आधारीय बीजों का उत्पादन करने की योजना बनायी गयी है। देश के लगभग सभी प्रमुख राज्यों को इस कार्यक्रम के तहत लाने की योजना है, और इसके लिए 3 लाख क्विंटल प्रमाणित बीजों का उत्पादन करने का लक्ष्य रखा गया है।

वित्तीय उपलब्धियाँ कृषकों द्वारा सभी क्षेत्रों में उत्कृष्ट कार्य निष्पादन के फलस्वरूप बेहतर वित्तीय परिणाम मिले हैं। गत वर्षों के दौरान समिति के लाभ एवं लाभांश सम्बन्धी स्थिति निम्न तालिका में स्पष्ट है—

तालिका संख्या — 4 18

कृषकों का कार्य-निष्पादन (करोड़ ₹ में)

वर्ष	सकल लाभ	कर आयकर के लिए प्रावधान	पूर्व लाभों की राशि	लाभांश की दर (प्रतिशत में)
1986-87	45 06	—	13 84	3
1990-91	94 65	—	26 83	6
1995-96	286 95	85 00	50 39	11
1996-97	328 48	99 50	59 78	13
1997-98	447 96	148 35	83 36	18
1998-99	390 40	129 27	85 31	18
1999-2000	79 85	24 00	57 87	12
2000-01	210 10	72 00	58 56	12

(स्रोत — सहकारिता, अक्टूबर-नवम्बर 2001, उ0प्र0 कोऑपरेटिव यूनियन लि0, लखनऊ पृ0-58)

भावी योजनाएँ समिति ने अपने विविधीकरण कार्यक्रम के अन्तर्गत निम्नलिखित परियोजनाओं पर कार्य कर रही है –

समिति ने एफ0सी0आई0 के मौजूदा गोरखपुर उर्वरक संयंत्र में ग्रास संयंत्र स्थापित करने के लिए एक प्रस्ताव प्रस्तुत किया है। इस परियोजना की मौजूदा अनुमानित लागत 1540 करोड़ रु० है। पी0आई0बी0 से दूसरे चरण की मजूरी की प्रतीक्षा है। कृभको ने अपने मौजूदा हजारी उर्वरक संयंत्र का विस्तार करके एक तीसरी स्ट्रीम स्थापित करने का प्रस्ताव किया है, शीघ्र ही पर्यावरण मजूरी मिलने की आशा है। ओमान में विश्व स्तर की संयुक्त उद्यम परियोजना कृभको, आर0सी0एन0 तथा ओमान आयल कम्पनी लगा रही है। उक्त संयंत्र के सम्पूर्ण उत्पाद का विपणन भारत में ही किया जायेगा। इफको तथा क्वेशम फ्री एरिया अथारिटी के साथ क्वेशम द्वीप (ईरान) में एक नाइट्रोजन उर्वरक संयंत्र स्थापित करने के लिए एक समझौते पर हस्ताक्षर कृभको ने किये हैं। कृभको गुजरात में पीपावव नामक स्थान पर 615 मेगावाट की परियोजना स्थापित करने की सम्भावनाओं का पता लगा रहा है।

पंचम सर्ग

- ▶ सहकारी संस्थाओं का मूल्यांकन
 - सर्वेक्षण प्रारूप
 - सहकारी संस्थाओं का
 - कृषको का

सर्वेक्षण

शोध शीर्षक “कृषि विपणन में सहकारी संस्थाओं के योगदान का मूल्यांकन (इलाहाबाद मण्डल के विशेष सन्दर्भ में) हेतु —

इलाहाबाद मण्डल जिसमें इलाहाबाद, फतेहपुर, प्रतापगढ़ तथा कौशाम्बी जनपद आते हैं, के अन्तर्गत कृषि विपणन में सहकारी संस्थाओं के योगदान का मूल्यांकन करने के उद्देश्य से इन संस्थाओं का सर्वेक्षण करने का प्रयास किया गया है। सहकारी विपणन संस्थाओं के मूल्यांकन करने के उद्देश्य से सर्वेक्षण को दो स्तरों में करने का प्रयास किया गया —

प्रथम— सहकारी संस्थाओं का मूल्यांकन

द्वितीय— कृषकों का मूल्यांकन

प्रथम स्तर— सहकारी संस्थाओं का मूल्यांकन —

इलाहाबाद मण्डल में आने वाली समस्त सहकारी कृषि विपणन समितियों की संख्या 171 (वर्ष 2001 में) है। वित्त की अपर्याप्तता एवं साधन के अभाव के कारण समस्त विपणन समितियों के मूल्यांकन का कार्य सम्भव नहीं हो सकता था। अतः कृषि विपणन कार्य में लगी इन सहकारी समितियों में से 100 सहकारी विपणन समितियों के मूल्यांकन करने का सफल प्रयास किया गया है। मूल्यांकन हेतु सर्वेक्षण प्रक्रिया को सम्पन्न करने के लिए ‘प्रश्नावली’ (परिशिष्ट—एक) का निर्माण किया गया है। प्रश्नावली को अन्तिम रूप देने के पूर्व माननीय निर्देशक, निबन्धक उ० प्र० सहकारिता विभाग, लखनऊ, उपनिबन्धक सहकारी समितियाँ इलाहाबाद, सख्याधिकारी इलाहाबाद, विकास खण्ड स्तर पर सहायक विकास अधिकारी (सहकारिता), सहकारी कृषि विपणन समितियों के प्रबन्ध

निदेशक एव सचिव के साथ सहकारी विपणन समितियों के सदस्यों व कृषकों से उनकी राय ली गयी। तत्पश्चात् प्रश्नावली से प्राप्त ऑकड़ों व सूचनाओं को वर्गीकृत कर निष्कर्ष निकालने का एक सफल प्रयास किया गया है।

द्वितीय स्तर— कृषकों का मूल्यांकन —

इलाहाबाद मण्डल के अन्तर्गत लगभग 75 प्रतिशत लोगों का मुख्य कार्य कृषि है, परन्तु अधिकांश किसान छोटे क्षेत्रफल में एव सीमान्त स्तर पर खेती करते हैं। 'सहकारी विपणन संस्थाओं' के मूल्यांकन के सम्बन्ध में इलाहाबाद मण्डल के अन्तर्गत सर्वेक्षण करने का कार्य प्रारम्भ किया गया। वित्त की अपर्याप्तता एव कार्य के अभाव के कारण मण्डल के समस्त कृषकों के मूल्यांकन का कार्य सम्भव नहीं हो सकता था। अतः सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं के सदस्य कृषकों में से 400 कृषकों के मूल्यांकन करने का सफल प्रयास किया गया है। मूल्यांकन हेतु सर्वेक्षण प्रक्रिया को सम्पन्न करने के लिए 'प्रश्नावली' (परिशिष्ट—दो) का निर्माण किया गया है। प्रश्नावली को अन्तिम रूप देने के पूर्व माननीय निर्देशक, निबन्धक, उ० प्र० सहकारिता विभाग लखनऊ, अध्यक्ष, उ० प्र० कोऑपरेटिव यूनियन लखनऊ, उपनिबन्धक सहकारी समितियाँ इलाहाबाद, सख्याधिकारी इलाहाबाद, विकास खण्ड स्तर पर सहायक विकास अधिकारी (सहकारिता), सहकारी कृषि विपणन एव साख समितियों के प्रबन्ध निदेशक एव सचिव के साथ—साथ सदस्यों व कृषकों से उनकी राय ली गयी। तत्पश्चात् प्रश्नावली से प्राप्त ऑकड़ों व सूचनाओं को वर्गीकृत कर निष्कर्ष निकालने का एक सफल प्रयास किया गया है।

प्रथम स्तर – सहकारी सस्थाओं का मूल्यांकन –

तालिका सख्या 51

सहकारी कृषि विपणन समितियों में सदस्यों की सख्या

सदस्यों की सख्या	समितियों की सख्या
0-1000	9
1000-2000	23
2000-3000	26
3000-4000	19
4000-5000	11
5000-6000	6
6000-7000	4
7000-8000	2
कुल	100

तालिका सख्या 51 का अध्ययन करने से यह स्पष्ट होता है कि सर्वेक्षण की गयी 100 समितियों में से 9 ऐसी समितियाँ हैं जिनकी सदस्यता एक हजार से कम है परन्तु वही एक हजार से 4 हजार तक सदस्यों वाली समितियों की सख्या 68 हो जाती है। 4 हजार तथा 8 हजार सदस्यों के बीच समितियों की सख्या कम होकर मात्र 23 रह जाती है। 8 हजार से अधिक सदस्यों की सख्या किसी भी समिति में नहीं है। इस प्रकार यह कहा जा सकता है कि समितियों के जगह जगह स्थापित हो जाने के कारण प्रति समिति में सतुलित बढ़ोत्तरी हुई है। परिणाम स्वरूप सीमित क्षेत्र एवं सीमित सदस्य सख्या में समितियों द्वारा कार्य का निष्पादन आसानी से किया जा सकता है।

तालिका सख्या 52

विपणन समितियों में गाँवों की सख्या

गाँवों की सख्या	समितियों की सख्या
0-4	2
4-8	9
8-12	28
12-16	32
16-20	19
20-24	10
कुल	100

प्रस्तुत तालिका का अध्ययन करने से ज्ञात हुआ कि सर्वेक्षण की गयी समितियों में से 11 समितियाँ ऐसी हैं जिनमें प्रत्येक में 8 से कम गाँव सम्मिलित हैं। 8 से 16 गाँवों के बीच 50 प्रतिशत समितियाँ संचालित हो रही हैं, परन्तु 16 से 24 गाँवों के बीच यह सख्या घटकर मात्र 29 प्रतिशत ही रह जाती है। ऐसी कोई समिति नहीं पायी गयी, जिसमें 24 से अधिक गाँव सम्मिलित किये जाते हैं। इस प्रकार 90 प्रतिशत समितियों का कार्य-क्षेत्र समितिवार 20 से कम गाँवों तक फैला है। अतः इससे कृषकों को समिति की सुविधा पाने के लिए बहुत दूर-दूर तक नहीं जाना होता है। समिति की स्थापना गाँव में या गाँव के निकट होने से समय की बचत एवं परिवहन की लागत में भी कमी आती है। परिणामस्वरूप कृषक प्रेरित होकर अधिकाधिक समितियों से सुविधा प्राप्त करने का प्रयत्न करता है।

तालिका सख्या 53

विपणन समितियों में सदस्यों के माध्यम से पूँजी

सदस्यों की पूँजी (हजार रुपये में)	समितियों की संख्या
0—100	1
100—200	3
200—300	8
300—400	21
400—500	26
500—600	22
600—700	13
700—800	6
कुल	100

तालिका सख्या 53 से स्पष्ट है कि सर्वेक्षित की गयी समितियों में से एक मात्र एक समिति ऐसी है जिसकी पूँजी सदस्यों द्वारा एक लाख रुपये से कम दी गयी थी। 3 लाख रुपये से 6 लाख रुपये के बीच 69 प्रतिशत समितियों में सदस्यों ने पूँजी लगायी। इसी प्रकार 6 लाख रुपये से लेकर 8 लाख रुपये के बीच 20 प्रतिशत समितियों में सदस्यों द्वारा पूँजी प्रदान की गयी। ऐसी एक भी समिति नहीं पायी गयी, जिसमें सदस्यों ने 3 लाख रुपये पूँजी लगाया है। इस प्रकार कहा जा सकता है कि वर्तमान कृषिगत आवश्यकताओं को विपणन समितियों के माध्यम से पूरा करने के लिए सदस्यों द्वारा प्रदत्त समितियों में पूँजी बहुत ही कम है। पूँजी की इस कमी का प्रमुख कृषकों की कम बचत, निम्न आय के साथ-साथ समिति का महत्त्व न समझ कर पर्याप्त सहायता एवं सुविधा न मिलना ही है।

तालिका सख्या 54

विपणन समितियों में बाह्य सस्थाओं द्वारा पूँजी तथा सरकार की तरफ से अनुदान

धनराशि (हजार रुपये में)	समितियों की सख्या			
	बाह्य सस्थाओं द्वारा		सरकार द्वारा	
	सख्या	प्रतिशत में	सख्या	प्रतिशत में
0-25	6	10 00	2	5 71
25-50	7	11 67	5	14 29
50-75	7	11 67	5	14 29
75-100	8	13 33	9	25 72
100-125	11	18 33	7	20 00
125-150	9	15 00	3	8 57
150-175	7	11 67	3	8 57
175-200	5	8 33	1	2 85
कुल	60	100 00	35	100 00

तालिका सख्या 54 से स्पष्ट है कि सर्वेक्षण की गयी 100 समितियों में से 40 समितियों में बाह्य सस्थाओं द्वारा पूँजी नहीं लगायी गयी तथा 65 सस्थाओं में सरकार की तरफ से अनुदान नहीं मिला कुल बाह्य सस्थाओं में से 10 प्रतिशत सस्थाओं ने 25 हजार रुपये से कम की पूँजी लगायी है। वही 25 हजार रुपये से कम अनुदान सरकार द्वारा अनुदान दी गयी समितियों का 5 71 प्रतिशत है। इसी प्रकार 50 हजार रुपये से एक लाख रुपये के बीच कुल बाह्य सस्थाओं का 25 प्रतिशत सस्थाएँ पूँजी लगायी है। सरकार द्वारा 50 हजार रुपये से एक लाख रुपये से एक लाख रुपये के बीच कुल अनुदान दी गयी समितियों का 40 प्रतिशत समितियों है। 1 5 लाख रुपये से 2 लाख रुपये की पूँजी में कुल बाह्य सस्थाओं

की 35 प्रतिशत सस्थाएँ पूँजी लगायी थी वहीं पर सरकार द्वारा दिये गये अनुदान में 11.42 प्रतिशत समितियाँ थी। 2 लाख रुपये से अधिक वाहत्य सस्थाओं ने पूँजी नहीं लगायी तथा न ही सरकार की तरफ से अनुदान दिया गया।

तालिका सख्या 5.5

विपणन समितियों में निक्षेप का विवरण

निक्षेप (हजार रुपये में)	समितियों की सख्या
0—100	2
100—200	6
200—300	13
300—400	19
400—500	26
500—600	18
600—700	11
700—800	5
	100

सर्वेक्षण की गयी 100 समितियों के निक्षेप का विवरण तालिका सख्या 5.5 से प्राप्त किया गया है। एक लाख रुपये से कम निक्षेप पाने वाली समितियों की सख्या केवल 2 प्रतिशत थी। परन्तु एक लाख रुपये व 2 लाख रुपये के बीच यह सख्या बढ़कर 6 प्रतिशत हो गयी। इसी प्रकार 2 लाख रुपये से 3 लाख रुपये निक्षेप प्राप्त करने वाली समितियों की सख्या की सख्या में वृद्धि होकर 13 प्रतिशत हो गयी। 4 से 5 लाख रुपये के बीच सर्वाधिक 26 समितियों ने निक्षेप प्राप्त किया। 5 लाख रुपये से 8 लाख रुपये तक 34 प्रतिशत समितियों ने निक्षेप प्राप्त किया। 8 लाख रुपये से अधिक कोई भी समितियों निक्षेप नहीं प्राप्त की।

तालिका सख्या 5 6

विपणन समिति द्वारा ऋण वितरण – अल्पकालीन

ऋण वितरण (लाख रुपये मे)	समितियों की सख्या	
	सदस्य	गैर-सदस्य
0-100	2	9
100-200	11	16
200-300	26	29
300-400	31	23
400-500	22	14
500-600	8	2
	100	93

उपरोक्त तालिका सख्या 5 6 से स्पष्ट है कि सर्वेक्षण किये गये 100 समितियों मे सभी समितियों ने अपने सदस्यों को अल्पकालीन ऋण प्रदान किये, परन्तु इनमे से 7 प्रतिशत समितियों ने गैर-सदस्यों को अल्पकालीन ऋण वितरण नहीं किये। 2 प्रतिशत समितियों ने सदस्यों को तथा 9 प्रतिशत समितियों ने गैर-सदस्यों को 10 लाख रुपये से कम के अल्पकालीन ऋण वितरित किये। 20 लाख रुपये से 40 लाख रुपये के बीच 57 प्रतिशत समितियों सदस्यों को तथा 52 प्रतिशत समितियों अल्पकालीन ऋण वितरित की। 50 लाख रुपये से 60 लाख रुपये के बीच 8 समितियों ने सदस्यों को तथा केवल 2 समितियों ने गैर सदस्यों को अल्पकालीन ऋण वितरित किये। 60 लाख रुपये से अधिक किसी भी समिति मे ऋण नहीं वितरित किया गया। कृषकों की वर्तमान वित्तीय आवश्यकता को ध्यान मे रखते हुए समितियों द्वारा देय अल्पकालीन ऋण की यह धनराशि पर्याप्त नहीं कही जा सकती है।

तालिका सख्या 57

विपणन समितियों द्वारा मध्यकालीन ऋण वितरण

ऋण की राशि (लाख रुपये में)	ऋण वितरण	
	सदस्य	गैर-सदस्य
0-5	9	7
5-10	12	7
10-15	19	12
15-20	16	11
20-25	13	16
25-30	7	4
	76	47

उपरोक्त तालिका से स्पष्ट है कि कुल सर्वेक्षण की गयी 100 समितियों में से 76 प्रतिशत समितियों ने अपने सदस्यों को तथा केवल 47 प्रतिशत समितियों ने गैर-सदस्यों को मध्यकालीन ऋण वितरित किये। अतः 24 प्रतिशत समितियों ने सदस्यों को तथा 53 प्रतिशत समितियों ने गैर-सदस्यों को ऋण वितरित नहीं किया। जिन समितियों ने ऋण वितरित किया वह भी बहुत कम धनराशि में, क्योंकि 5 लाख रुपये से कम ऋण देने वाली 9 समितियाँ सदस्यों को तथा 7 समितियाँ गैर सदस्यों को मध्यकालीन ऋण वितरित किये अधिकतम 19 समितियाँ ऐसी थी, जो सदस्यों को कुल 10 लाख रुपये के बीच ऋण वितरित की। गैर-सदस्यों को 16 समितियों ने 20 से 25 लाख रुपये के बीच मध्यकालीन ऋण वितरित किये। 25 लाख रुपये से 30 लाख रुपये तक ऋण वितरण करने वाली समितियों की संख्या सदस्यों में तथा गैर-सदस्यों में क्रमशः 7 और 4 थी। 30 लाख रुपये से ऊपर कोई भी समिति ने मध्यकालीन ऋण वितरित नहीं किया।

तालिका सख्या 5 8

विपणन समितियों द्वारा गैर-वित्तीय सुविधाएँ

विवरण	समितियों की सख्या	प्रतिशत
1 फसल बीमा	73	73
2 मूल्य समर्थन योजना	97	97
3 सहकारी शिक्षा एवं प्रशिक्षण	61	61
4 किसान क्रेडिट कार्ड की सुविधा	79	79

गैर-वित्तीय सुविधाओं का विवरण तालिका सख्या 5 20 द्वारा स्पष्ट होता है सर्वेक्षण किये गये 100 समितियों में से 27 प्रतिशत समितियों में फसल बीमा की सुविधा, 3 प्रतिशत समितियों में मूल्य समर्थन योजना की सुविधा, 39 प्रतिशत समितियों में सहकारी शिक्षा एवं प्रशिक्षण की सुविधा तथा 21 प्रतिशत समितियों में किसान क्रेडिट कार्ड की सुविधा उपलब्ध नहीं है। अतः इन सुविधाओं के अभाव में कृषक फसल के नष्ट होने, उचित कीमत न मिलने तथा पर्याप्त एवं समय पर ऋण न उपलब्ध होने के कारण होने वाली क्षतियों से सदैव डरा रहता है परिणामस्वरूप उसकी बचत दर निम्न होने लगती है और वह अधिक उत्पादन एवं विपणन के लिए प्रोत्साहित नहीं होता है।

तालिका सख्या 5 9
कृषि विपणन समितियों द्वारा खाद का विक्रय

विक्रय (लाख रुपये में)	समितियों की सख्या	
	सदस्यों में	गैर-सदस्यों में
0-5	2	4
5-10	3	7
10-15	7	16
15-20	10	21
20-25	17	16
25-30	21	7
30-35	18	7
35-40	13	6
40-45	6	5
45-50	3	2
	100	91

उपरोक्त तालिका का अध्ययन करने के उपरान्त स्पष्ट होता है कि सर्वेक्षण की गयी सभी 100 समितियों में सभी समितियों ने अपने सदस्यों को खाद का विक्रय किया, परन्तु दूसरी ओर 9 ऐसी समितियाँ हैं जो गैर-सदस्यों को खाद की बिक्री नहीं की। 5 लाख रुपये से कम खाद की बिक्री करने वाली केवल 2 समितियाँ हैं तथा 4 समितियाँ गैर-सदस्यों को खाद की बिक्री की। 56 प्रतिशत समितियों 20 लाख रुपये से 35 लाख रुपये के बीच सदस्यों को खाद की बिक्री की, 53 प्रतिशत समितियों ने 10 लाख रुपये से 25 लाख रुपये के बीच गैर-सदस्यों को खाद की बिक्री की। सर्वाधिक खाद बिक्री 45 लाख रुपये से 50 लाख रुपये के बीच 3 प्रतिशत समितियाँ सदस्यों को तथा 2 प्रतिशत समितियाँ

गैर-सदस्यों को खाद की बिक्री की। 50 लाख रुपये से ऊपर किसी भी समिति में खाद कर की बिक्री नहीं की गयी।

तालिका संख्या 5 10

सहकारी विपणन समितियों द्वारा बीज का विपणन

विक्रय (हजार रुपये में)	समितियों की संख्या	
	सदस्यों में	गैर-सदस्यों में
0—5	12	9
100—10	13	8
200—15	8	10
300—20	6	7
400—25	7	4
500—30	6	6
600—35	3	2
700—40	1	1
	61	49

उपरोक्त तालिका के माध्यम से अध्ययन करने पर पता चलता है कि सर्वेक्षण की गयी 100 समितियों में से 39 प्रतिशत समितियाँ सदस्य कृषकों को तथा 51 प्रतिशत समितियाँ गैर-सदस्यों को बीज के वितरण का कार्य नहीं करती हैं, जो भी समितियाँ बीज के वितरण का कार्य करती हैं, वह भी बहुत ही कम मात्रा में बीज वितरण करने वाली समितियों का लगभग 50 प्रतिशत सदस्यों को तथा लगभग 35 गैर-सदस्यों को 2 लाख रुपये से कम के बीज का वितरण करती हैं। 2 लाख रुपये के बीच कुल विपणन समितियों का लगभग 35 प्रतिशत सदस्यों को तथा लगभग 43 प्रतिशत गैर-सदस्यों को बीज वितरण कार्य किया गया। शेष 5 लाख रुपये से ऊपर परन्तु 8 लाख रुपये तक लगभग 17 प्रतिशत समितियों ने

सदस्यों को तथा लगभग 18 प्रतिशत समितियाँ गैर-सदस्यों को बीज वितरण का कार्य किया। 8 लाख रुपये से ऊपर किसी भी समिति द्वारा बीज वितरण का कार्य किया गया।

तालिका सख्या 5 11

विपणन समितियों द्वारा कृषि उपकरण, रसायन एवं कीटनाशक दवाओं का विक्रय

विक्रय (हजार रुपये में)	समितियों की सख्या	विक्रय समितियों की प्रतिशत
0—25	7	16 67
25—50	8	19 05
50—75	6	14 29
75—100	7	16 67
100—125	7	16 67
125—150	3	7 15
150—175	2	4 76
175—200	2	4 76
	42	100 00

तालिका सख्या 5 11 के अध्ययन से स्पष्ट है कि सर्वेक्षण की गयी 100 समितियों में से केवल 42 प्रतिशत समितियों ने कृषि उपकरण, रसायन एवं कीटनाशक दवाओं के विक्रय का कार्य किया, शेष 48 प्रतिशत समितियों ने विक्रय नहीं किया। जिन समितियों ने विक्रय का कार्य किया उनमें से कोई भी समिति 2 लाख रुपये से अधिक कृषि उपकरण, रसायन एवं कीटनाशक दवाओं की बिक्री नहीं की। जिन समितियों ने बिक्री की उनमें से लगभग 36 प्रतिशत समितियों ने 50 हजार रुपये से अधिक परन्तु 1 25 लाख रुपये विक्रय करने वाली समितियों का कुल 47 62 प्रतिशत हिस्सा था।

तालिका सख्या 5 12

विपणन समितियों द्वारा कृषि आगतों का क्रय

क्रय (लाख रुपये में)	समितियों की सख्या	
	सदस्यों की सख्या	गैर-सदस्यों की सख्या
0-100	8	13
100-200	20	26
200-300	23	24
300-400	25	16
400-500	11	6
500-600	6	3
600-700	3	1
	96	89

सर्वेक्षण की गयी सभी 100 समितियों के बारे में उपरोक्त तालिका के माध्यम से स्पष्ट होता है कि 4 समितियाँ सदस्यों के तथा 11 समितियाँ गैर-सदस्यों के कृषि उपज के क्रय का कार्य नहीं करती हैं। क्रय करने वाली समितियों का 83 प्रतिशत तथा 146 प्रतिशत समितियों ने क्रमशः सदस्यों एवं गैर-सदस्यों के उपज का 10 लाख रुपये से कम का क्रय किया। इसी आधार पर 70 प्रतिशत से अधिक समितियाँ सदस्यों के तथा 74 प्रतिशत से अधिक समितियाँ गैर-सदस्यों के 10 लाख रुपये से 40 लाख रुपये के बीच कृषि उपज का क्रय करने वाली समितियों का प्रतिशत घटकर सदस्यों एवं गैर-सदस्यों में क्रमशः 20.8 तथा 11.24 प्रतिशत ही रह गया। 70 लाख रुपये से अधिक किसी भी समिति ने सदस्यों एवं गैर-सदस्यों के माध्यम से उपज का क्रय नहीं किया।

तालिका सख्या 5 13

विपणन समितियों द्वारा कृषि आगतों का विक्रय

विक्रय (लाख रुपये में)	समितियों की सख्या—सदस्यों का प्रतिशत	विक्रय करने वाली समितियों का प्रतिशत	समितियों की सख्या गैर—सदस्यों का प्रतिशत	विक्रय करने वाली समितियों का प्रतिशत
0—5	4	4 26	7	9 33
5—10	9	9 58	12	16 00
10—15	13	13 8	13	17 33
15—20	18	19 15	15	20 00
20—25	19	20 21	11	14 67
25—30	16	17 02	9	12 00
30—35	9	9 57	6	8 00
35—40	6	6 38	2	2 67
	94	100 00	75	100 00

तालिका सख्या 5 13 में समितियों द्वारा कृषि आगतों के विक्रय को स्पष्ट रूप से दर्शाया गया है सर्वेक्षण की गयी कुल 100 समितियों में से 6 प्रतिशत समितियाँ सदस्यों को तथा 25 प्रतिशत समितियाँ गैर—सदस्यों को कृषि आगतों के विक्रय का कार्य नहीं करती हैं। 5 लाख रुपये से कम का विक्रय करने वाली समितियों ने सदस्यों एवं गैर—सदस्यों को क्रमशः 4 25 तथा 9 33 प्रतिशत समितियों ने कृषि आगतों का विक्रय किया। 10 लाख रुपये से 30 लाख रुपये तक उपजों का विक्रय करने वाली समितियों की सख्या सर्वाधिक है, जो सदस्यों एवं गैर सदस्यों में क्रमशः 74 47 प्रतिशत तथा 82 66 प्रतिशत है। 30 लाख रुपये से 40 लाख रुपये के बीच विक्रय करने वाली समितियों में कमी आयी है, जो घटकर

सदस्यो एव गैर-सदस्यो से ऊपर कोई भी समिति सदस्यो एव गैर-सदस्यो को कृषि आगतो के विक्रय का कार्य नहीं किया।

तालिका सख्या 5 14

विपणन समितियों द्वारा उपभोक्ता वस्तुओं का विक्रय

विक्रय (हजार रुपये में)	विपणन करने वाली समितियों की सख्या			
	सदस्यो को		गैर-सदस्यो को	
	सख्या	कुल का प्रतिशत	सख्या	कुल का प्रतिशत
0-20	17	21 75	9	17 30
20-40	20	25 00	13	25 00
40-60	10	12 50	7	13 46
60-80	13	16 25	11	21 15
80-100	11	13 75	6	7 69
100-120	6	7 50	4	7 69
120-140	3	3 75	2	3 85
	80	100 00	52	100 00

तालिका सख्या 5 14 से स्पष्ट है कि सर्वेक्षण की गयी 100 समितियों में से 20 समितियों ने उपभोक्ता वस्तुएँ सदस्यों को तथा 48 समितियों गैर-सदस्यों को विक्रय का कार्य नहीं किया। जो भी समितियों विक्रय का कार्य की है, वे भी थोड़ी मात्रा में जैसे 20 हजार रुपये से कम उपभोक्ता वस्तुओं के विक्रय करने वाली समितियों सदस्यों एव गैर-सदस्यों में क्रमशः 21 25 प्रतिशत तथा 17 3 प्रतिशत है। सर्वाधिक समितियों 20 हजार रुपये से लेकर 80 हजार रुपये के बीच उपभोक्ता वस्तुओं के विक्रय का कार्य की हैं, यह सदस्यों एव गैर-सदस्यों में क्रमशः 53 75 प्रतिशत तथा 78 85 प्रतिशत है। एक लाख रुपये से ऊपर उपभोक्ता वस्तुओं का

विक्रय करने वाली 11.25 प्रतिशत समितियों सदस्यों को तथा 1.54 प्रतिशत गैर-सदस्यों को विक्रय की है। कोई भी समिति 14 लाख रुपये से अधिक का उपभोक्ता वस्तुओं के बिक्री का कार्य सम्पन्न नहीं किया है।

तालिका सख्या 5.15

विपणन समितियों द्वारा ऋणों की वसूली-अल्पकालीन

वसूली (लाख रुपये में)	सदस्यों की संख्या	गैर-सदस्यों की संख्या
0-50	3	6
50-100	6	19
100-150	13	25
150-200	22	17
200-250	17	14
250-300	19	8
300-350	13	3
350-400	7	1
400-450	2	—
	100	93

उपरोक्त तालिका द्वारा स्पष्ट है कि सर्वेक्षण की गयी समस्त 100 समितियों ने अपने सदस्यों से अल्पकालीन ऋण की वसूली की, इसी प्रकार 93 समितियों जो गैर-सदस्यों को अल्पकालीन ऋण प्रदान की थी वे सभी ने भी ऋण वसूली का कार्य किया। 5 लाख रुपये से कम 3 प्रतिशत समितियों सदस्यों से एवं 6.45 प्रतिशत समितियों गैर सदस्यों से ऋण वसूली का कार्य किया। अधिकतर समितियों 10 लाख रुपये से लेकर 25 लाख रुपये के बीच ऋण वसूली का कार्य

किया, जो कुल ऋण वसूली समितियों का सदस्यो से 52 प्रतिशत तथा गैर-सदस्यो से 56 प्रतिशत थी। 45 लाख रुपये से अधिक की अल्पकालीन ऋण वसूली कोई भी समिति अपने सदस्यो से नहीं कर पायी, जबकि गैर-सदस्यो के माध्यम से यह वसूली 40 लाख रुपये से अधिक नहीं हो पायी।

तालिका सख्या 5 16

विपणन समितियों द्वारा मध्यकालीन ऋण की वसूली

ऋण वसूली (हजार रुपये में)	समितियों की सख्या			
	सदस्यो में		गैर-सदस्यो में	
	सख्या	वसूली का प्रतिशत	सख्या	वसूली का प्रतिशत
0-250	6	7 90	7	15 30
250-500	9	11 80	8	17 40
500-750	10	13 20	6	13 00
750-1000	13	17 10	7	15 20
1000-1250	15	19 70	7	15 20
1250-1500	8	10 51	5	10 90
1500-1750	7	9 20	3	6 50
1750-2000	5	6 60	1	2 20
2000-2250	3	3 90	2	4 40
	76	100 00	46	100 00

सर्वेक्षण की गयी 100 समितियों में से सभी मध्यकालीन ऋण वितरण करने वाली समितियों ने सदस्यो से तथा गैर-सदस्यो को ऋण वितरण करने वाली समितियों में से एक समिति ने गैर-सदस्यो से मध्यकालीन ऋण वसूल नहीं कर पायी। तालिका से स्पष्ट है कि 25 लाख रुपये के बीच मध्यकालीन ऋण वसूल

करने वाली समितियों सदस्यों में 79 प्रतिशत थी तथा गैर-सदस्यों में 158 प्रतिशत समितियाँ थी। 5 लाख रुपये से लाख रुपये के बीच मध्यमकालीन ऋण वसूल करने वाली समितियाँ जो सदस्यों से वसूली की, वह 50 प्रतिशत थी, तथा गैर-सदस्यों से वसूल करने वाली 413 प्रतिशत समितियाँ थी। 20 लाख रुपये से ऊपर ऋण वसूली में सदस्यों से एवं गैर सदस्यों से वसूली करने वाली समितियाँ क्रमशः 39 प्रतिशत तथा 44 प्रतिशत थी। 225 लाख रुपये से अधिक सर्वेक्षण की गयी समितियों में से कोई भी समिति मध्यमकालीन ऋण की वसूली नहीं कर पायी।

तालिका सख्या 5 17

विपणन समितियों का कार्य-निष्पादन

कार्य-निष्पादन (हजार रुपये में)	समितियाँ लाभ में		समितियाँ हानि में	
	सख्या	प्रतिशत में	सख्या	प्रतिशत में
0-25	10	14.28	6	20.00
25-50	14	20.00	5	16.67
50-75	12	17.14	6	20.00
75-100	12	17.14	4	13.33
100-125	9	12.86	4	13.33
125-150	6	8.57	2	10.00
150-175	5	7.15	2	6.67
175-200	2	2.86	—	—
	70	100.00	30	100.00

उपरोक्त तालिका सख्या 5 17 से स्पष्ट है कि सर्वेक्षण की गयी 100 समितियों में से 70 प्रतिशत समितियाँ लाभ पर तथा 30 प्रतिशत समितियाँ हानि पर चल रही थी। 25 हजार रुपये से कम लाभ कमाने वाली समितियों में लाभ कमाने वाली समितियों की सख्या का 14.28 प्रतिशत है, वहीं पर हानि पर चलने वाली

समितियों में हानि पर चलने वाली समितियों की संख्या 20 प्रतिशत है। एक लाख रुपये से कम लाभ कमाने वाली कुल लाभ कमाने वाली समितियों का 68.56 प्रतिशत है, जबकि हानि पर चलने वाली कुल समितियाँ 31.44 प्रतिशत कुल लाभ कमाने वाली समितियों की हैं। इसी तरह हानि पर चलने वाली कुल समितियों का 30 प्रतिशत समितियाँ एक लाख रुपये से अधिक हानि पर चल रही हैं। 2 लाख रुपये से ऊपर किसी भी समिति द्वारा लाभ नहीं कमाया गया, जबकि 1.75 लाख रुपये से अधिक किसी भी समिति में हानि नहीं हुई।

तालिका संख्या 5.18

विपणन समितियों द्वारा लाभांश वितरण

लाभांश (प्रतिशत में)	समितियों की संख्या	संख्या का प्रतिशत
0-10	6	10.00
10-20	11	18.33
20-30	13	21.67
30-40	12	20.00
40-50	10	16.67
50-60	6	10.00
60-70	2	3.33
	60	100.00

सर्वेक्षण की गयी 100 समितियों में से 70 प्रतिशत समितियों ने लाभ कमाया इन 70 समितियों में से 60 समितियों ने लाभांश वितरण किया। लाभांश वितरण करने वाली 10 प्रतिशत समितियाँ 10 प्रतिशत से भी कम का लाभांश वितरण किया। सर्वाधिक 21.67 प्रतिशत समितियाँ 20 से 30 प्रतिशत के बीच लाभांश वितरण करती हैं। 75 प्रतिशत समितियों से अधिक समितियाँ 10 से 50 प्रतिशत के बीच लाभांश वितरण करती हैं। 50 प्रतिशत से ऊपर लाभांश वितरण

केवल 13 33 प्रतिशत समितियाँ ही कर रही हैं। 70 प्रतिशत से अधिक लाभांश का वितरण किसी भी समिति द्वारा नहीं किया गया। अतः यह कहा जा सकता है कि पूँजी एवं साधन के अभाव तथा कार्य-निष्पादन में कमी के कारण लाभांश वितरण का प्रतिशत अपेक्षाकृत कम है। इस प्रकार यह स्पष्ट है कि केवल 70 समितियों ही लाभ कमा रही हैं। 30 प्रतिशत समितियाँ हानि पर, चल रही हैं, जिस कारण अपने सदस्यों को लाभांश का वितरण नहीं कर पा रही हैं। अर्थात् सदस्यों द्वारा पूँजी पर किसी भी प्रकार का लाभांश प्राप्त नहीं हो रहा है 10 प्रतिशत ऐसी समितियाँ थीं जो लाभ कमाने के बाद भी अपने सदस्यों को लाभांश का वितरण नहीं कर उसका लाभ पुनर्विनियोग समितियों में ही कर अपनी पूँजी बढ़ा रही हैं।

तालिका सख्या 5 19

विपणन समितियों में गैर-निष्पादित सम्पत्तियाँ

सम्पत्तियाँ (हजार रुपये में)	समितियों की सख्या	
	सख्या	प्रतिशत में
0-25	8	8
25-50	12	12
50-75	16	16
75-100	16	16
100-125	20	20
125-150	16	16
150-175	8	8
175-200	4	4
	100	100

तालिका सख्या 5 19 से स्पष्ट है कि सर्वेक्षण की गयी सभी 100 समितियों में गैर-निष्पादित सम्पत्तियाँ हैं। 50 हजार रुपये तक 20 प्रतिशत

गैर-समितियों के पास गैर-निष्पादित सम्पत्तियों की धनराशि एक लाख रुपये से कम है। एक लाख रुपये से 15 लाख रुपये के बीच 36 प्रतिशत समितियों के पास गैर-निष्पादित सम्पत्तियाँ थी। अतः आवश्यकता इस बात की है कि समितियों ने गैर-निष्पादित सम्पत्तियों को न्यूनतम करके अपेक्षित सुधार लाया जा सकता है।

तालिका संख्या 5 20

विपणन समितियों की समस्याएँ

समस्याएँ	समितियों की संख्या
1 अपर्याप्त कृषिगत सुविधाएँ	63
2 अपर्याप्त उपभोक्ता वस्तुओं की मात्रा एवं प्रकार	68
3 मॉग के अनुरूप ऋण न उपलब्ध होना	78
4 कृषकों की अज्ञानता	89
5 कृषकों द्वारा ऋण भुगतान समय पर न करना	87
6 अधिक सरकारी हस्तक्षेप	31

उपरोक्त तालिका का अध्ययन करने के पश्चात् हम कह सकते हैं कि सर्वेक्षण की गयी 100 समितियों के माध्यम से सचिव, प्रबन्ध निदेशक तथा अन्य अधिकृत व्यक्तियों की अनेक समस्याएँ परिलक्षित हुईं। इनमें से 63 प्रतिशत समितियों की तरफ से कहना था कि समिति में अपर्याप्त कृषिगत सुविधाएँ जैसे खाद बीज, कृषि, उपकरण एवं रसायन तथा कीटनाशक दवाएँ आदि थी। तालिका द्वारा यह भी स्पष्ट होता है कि 68 प्रतिशत समितियों में कृषकों की आवश्यकता के अनुरूप उपभोक्ता वस्तुओं का उपलब्धता न होना है। 78 प्रतिशत समितियों की तरफ से यह कहना है कि कृषकों को उनकी कृषिगत वित्तीय आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए समिति के पास पर्याप्त ऋण सस्थाओं एवं सरकार की तरफ से उपलब्ध नहीं होते हैं। यह भी स्पष्ट होता है कि 78 प्रतिशत समितियों की तरफ से कृषकों की अज्ञानता एवं निरक्षता समस्या के रूप में सामने आती है, क्योंकि

अधिकतर कृषक अशिक्षित होते हैं। 87 प्रतिशत समितियों की तरफ से कृषको द्वारा लिये गये ऋण का समय से वापसी न करने की शिकायत आयी। जबकि 31 प्रतिशत समितियों का मानना है कि समिति के काम-काज में अधिक सरकारी हस्तक्षेप होता है।

तालिका सख्या 5 21

सहकारी विपणन समितियों की तरफ से सुझाव

सुझाव	समितियों की सख्या
1 कृषको की कृषिगत आवश्यकता की पूर्ति हेतु पर्याप्त खाद, बीज, कृषि उपकरण एवं कीटनाशक दवाओं की सरकार तथा वाहत्य सस्थाओं द्वारा व्यवस्था हो।	68
2 उपलब्ध उपभोक्ता वस्तुओं की मात्रा तथा सख्या में माँग के अनुरूप वृद्धि हो।	71
3 ऋण वितरण के लिए अधिक धनराशि उपलब्ध करायी जाय।	83
4 समिति में सहकारी शिक्षा एवं प्रशिक्षण की व्यवस्था की जाय।	39
5 समितियों का आधुनिकीकरण किया जाय।	93
6 सरकारी हस्तक्षेप कम से कम हो।	27

द्वितीय स्तर-कृषको का मूल्यांकन -

तालिका संख्या 5 22

कृषि विपणन सहकारी समितियों में कृषको द्वारा प्रदत्त पूँजी

प्रदत्त पूँजी	कृषको की संख्या	कुल कृषको का प्रतिशत
केवल नकद के रूप में	145	36 25
केवल अशो के रूप में	213	53 25
अशो तथा नकद दोनों रूप में	42	10 50
कुल	400	100 00

सर्वेक्षण किये गये 400 कृषको का उपरोक्त तालिका के माध्यम से अध्ययन करने के उपरान्त पता चलता है कि कृषको ने कुल तीन प्रकार से समितियों में पूँजी लगायी है। यह पूँजी नकद के रूप में, अशो के रूप में समितियों में पूँजी 36 25 प्रतिशत कृषको ने लगायी है। सबसे अधिक समितियों में पूँजी का 53 25 प्रतिशत भाग लगाया है। अतः स्पष्ट है कि नकद पूँजी लगाने की अपेक्षा कृषक अशो के रूप में भी समितियों में पूँजी लगाये हैं जो तालिकानुसार 10 50 प्रतिशत भागीदारी दर्शाता है। अतः तालिका द्वारा स्पष्ट होता है कि सर्वेक्षण किये गये किसानों की पूँजी का सर्वाधिक हिस्सा अशो के रूप में प्राप्त होता है तथा दूसरे स्थान पर नकद पूँजी कृषक लगाना पसन्द करते हैं।

तालिका सख्या 5 22A

कृषको द्वारा प्रदत्त पूँजी – नकद के रूप में

प्रदत्त पूँजी (रुपये में)	कृषको की सख्या	कृषको की सख्या का प्रतिशत
0—150	17	10 63
150—300	39	24 38
300—450	31	19 38
450—600	15	9 38
600—750	21	13 12
750—900	15	9 37
900—1050	9	5 62
1050—1200	8	5 00
1200—1350	3	1 87
1350—1500	2	1 25
कुल	160	100 00

उपरोक्त तालिका से स्पष्ट है कि सर्वेक्षण किये गये 400 कृषको में से 160 कृषको द्वारा नकद के रूप में समितियों में पूँजी लगायी गयी है। इन कृषको में वे कृषक भी सम्मिलित हैं जो दोनों नकद तथा अशो के रूप में पूँजी लगायी है। 150 रुपये से कम पूँजी लगाने वाले कृषको का कुल नकद के रूप में लगायी गयी पूँजी लगाने वाले कृषको का कुल नकद के रूप में लगायी गयी पूँजी का 10 63 प्रतिशत कृषक थे। 150 रुपये से 450 रुपये नगद के रूप में पूँजी लगाने वाले कृषको की सख्या 33 76 प्रतिशत थी। इसी प्रकार 600 रुपये से 900 रुपये के बीच 36 प्रतिशत कृषको ने पूँजी नकद के रूप में लगायी थी। परन्तु इससे अधिक पूँजी लगाने वाले कृषको की सख्या में तेजी से कमी आयी क्योंकि

1200 रुपये से 1500 रुपये तक पूँजी लगाने वाले कृषको की संख्या केवल 3.12 प्रतिशत ही रह गयी। अतः स्पष्ट है कि अधिकतर कृषक सीमान्त एवं छोटे-छोटे जोत वाले हैं।

तालिका संख्या 5.22 B

कृषको द्वारा प्रदत्त पूँजी – अशो के रूप में

प्रदत्त अश पूँजी (रुपये में)	कृषको की संख्या	कृषको की संख्या का प्रतिशत
0—150	29	12.08
150—300	34	14.17
300—450	37	15.42
450—600	41	17.08
600—750	34	14.17
750—900	23	9.58
900—1050	16	6.67
1050—1200	13	5.42
1200—1350	8	3.33
1350—1500	5	2.08
कुल	240	100.00

तालिका संख्या 5.22B से स्पष्ट है कि सर्वेक्षण किये 400 कृषको में से 240 कृषको ने अपनी पूँजी समितियों में अशो के रूप में लगायी। 450 रुपये से लेकर 900 रुपये से कम पूँजी लगाने वाले कृषको का प्रतिशत 40.83 था। परन्तु 900 रुपये से अधिक पूँजी लगाने वाले कृषको की संख्या में तेजी से घटोत्तरी हुई

है, जो घटकर 17.5 प्रतिशत ही रह गया है। समितियों में अंशों के रूप में 1500 रुपये से अधिक किसी भी कृषक ने पूँजी नहीं लगायी है।

तालिका संख्या 5.23

कृषकों द्वारा प्रदत्त ऋण का विवरण

विवरण	कृषकों की संख्या	कृषकों का प्रतिशत
केवल अल्पकालीन ऋण लिये	192	48.00
केवल मध्यमकालीन ऋण लिये	63	15.75
दोनों अल्पकालीन एवं मध्यमकालीन ऋण लिये	47	11.75
कोई ऋण नहीं लिये	98	24.50
कुल	400	100.00

उपरोक्त तालिका से स्पष्ट है कि सर्वेक्षण किये गये 400 कृषकों में से एक तिहाई से अधिक (75.5 प्रतिशत) कृषकों ने अल्पकालीन एवं मध्यकालीन ऋण लिये तथा उनमें से कुछ किसानों ने दोनों प्रकार के ऋण लिये। ऐसे कृषक जो केवल अल्पकालीन ऋण लिये वे 48.00 प्रतिशत हैं। इसी प्रकार 15.75 प्रतिशत कृषकों ने केवल मध्यकालीन ऋण प्राप्त किये। अल्पकालीन एवं मध्यकालीन दोनों प्रकार के ऋण 11.75 प्रतिशत कृषकों ने प्राप्त किये। सर्वेक्षण किये गये कुल कृषकों का 24.50 प्रतिशत कृषकों ने विपणन समितियों से किसी भी प्रकार के ऋण नहीं लिये। ऋण न लेने वाले कृषकों में वे कृषक सम्मिलित किये जा सकते हैं जो आर्थिक दृष्टि से कृषि कार्य करने के लिए आत्म-निर्भर हैं। साथ ही साथ ऐसे

कृषक सम्मिलित होते हैं जो बहुत ही कम क्षेत्रफल में कृषि कार्य करते हैं जहाँ कृषि कार्य करने के लिए अधिक धन की जरूरत नहीं पड़ती है।

तालिका सख्या 5 23A

कृषको द्वारा प्रदत्त पूँजी (अशो के रूप में)

प्रदत्त अश पूँजी (रुपये में)	कृषको की सख्या	कृषको की सख्या का प्रतिशत
0—1500	32	13 38
1500—3000	43	18 00
3000—4500	46	19 25
4500—6000	39	16 32
6000—7500	31	12 97
7500—9000	21	8 78
9000—10500	13	5 44
10500—12000	7	2 93
12000—13500	5	2 09
13500—15000	4	1 65
कुल	239	100 00

उपरोक्त तालिका सख्या 5 23A से स्पष्ट है कि सर्वेक्षण किये गये 400 कृषको में से 239 कृषको (59 75 प्रतिशत) ने कृषि विपणन समितियों से

अल्पकालीन ऋण प्राप्त किये ऋण प्राप्त किये कृषको का 13 38 प्रतिशत कृषको ने 1500 रुपये से कम के ऋण प्राप्त किये। 1500 रुपये से 6000 रुपये के बीच 53 57 प्रतिशत कृषको ने कुल ऋण लिये कृषको का ऋण प्राप्त किये। 6000 रुपये से लेकर 9000 रुपये के बीच तक इस प्रकार के 21 75 कृषको ने ऋण प्राप्त किये। 9000 रुपये से अधिक अल्पकालीन ऋण प्राप्त करने वाले मात्र 12 13 प्रतिशत कृषक कुल ऋण लिये कृषके की सख्या के थे। 15000 रुपये से अधिक कोई भी कृषक अल्पकालीन ऋण नहीं प्राप्त किया।

तालिका सख्या 5 23 B

कृषको द्वारा प्राप्त मध्यमकालीन ऋण

मध्यमकालीन ऋण (हजार रुपये में)	कृषको की सख्या	कृषको की सख्या का प्रतिशत
0-2	6	5 45
2-4	17	15 45
4-6	19	17 28
6-8	24	21 82
8-10	15	13 64
10-12	11	10 00
12-14	10	9 09
14-16	6	5 45
16-18	2	1 82
कुल	110	100 00

तालिका सख्या 5 23B द्वारा स्पष्ट है कि सर्वेक्षण किये गये 400 कृषको में 27.5 प्रतिशत कृषको द्वारा मध्यकालीन ऋण लिया गया। कुल मध्यकालीन ऋण लिये कृषको का 20.9 प्रतिशत कृषको ने 4000 रुपये से कम के ऋण लिये। 4000 रुपये से 8000 रुपये के बीच कुल ऋण लिये कृषको का यह 39.09 प्रतिशत हो गया। 8000 रुपये से 12000 रुपये के बीच मध्यकालीन ऋण का यह प्रतिशत घटकर 23.64 प्रतिशत हो गया। इसी प्रकार 12000 रुपये से अधिक मध्यकालीन ऋण लेने वाले केवल 16.36 प्रतिशत कृषक ही थे। 18000 रुपये से अधिक कोई भी कृषक किसी भी प्रकार का ऋण नहीं प्राप्त किया।

तालिका सख्या 5 24

कृषको द्वारा उद्देश्यानुसार लिए गये ऋण

विवरण	कृषको की सख्या	उद्देश्य का प्रतिशत
1 भूमि को उत्पादन योग्य बनाने के लिए	27	8.41
2 उन्नतशील बीज के क्रय हेतु	32	9.97
3 जुताई की व्यवस्था करने हेतु	21	6.54
4 कृषि उपकरण के क्रय करने हेतु	35	10.9
5 सिंचाई की सुविधा करने हेतु	32	9.97
6 उर्वरक, रसायन, तथा कीटनाशक दवाओं के क्रय हेतु	69	21.5
7 भण्डारण की व्यवस्था करने हेतु	22	6.85
8 परिवहन की सुविधा विकसित करने हेतु	18	5.60
9 उपज को विपणन योग्य बनाने हेतु	29	9.04
10 बन्धक भूमि छुड़ाने हेतु	19	5.92
11 अन्य कृषिगत उद्देश्य	17	5.3
कुल	321	100.00

तालिका सख्या 5 24 से स्पष्ट है सर्वेक्षण किये गये 400 कृषको में से 321 कृषको (80 25 प्रतिशत) द्वारा किसी न किसी तरह का ऋण लिया गया है। ऋण लिये कृषको द्वारा कृषि से सम्बन्धित उद्देश्यों को पूरा किया गया है। भूमि को उत्पादन योग्य बनाने के लिए विभिन्न प्रकार की क्रियाएँ करनी पड़ती हैं, जिसके लिए धन की आवश्यकता होती है। अतः इस उद्देश्य की पूर्ति के लिए कुल ऋण लिये कृषको का 8 41 प्रतिशत कृषको ने ऋण लिये। कृषको द्वारा उन्नतशील बीजों के क्रय हेतु जो ऋण लिया गया, वह कुल ऋण लिये गये कृषको का 9 97 प्रतिशत कृषक ही है। कृषको द्वारा जुताई की व्यवस्था बनाने के लिए बैल खरीदने एवं अन्य जुताई से सम्बन्धित कार्य करने के लिए 5 54 प्रतिशत कृषको ने ऋण लिया। कृषि उपकरणों के क्रय हेतु कुल ऋण लिये कृषको का 10 9 प्रतिशत कृषको ने विपणन समितियों से ऋण लिये। इसी प्रकार सिंचाई की व्यवस्था के लिए कुल ऋणी कृषको का 10 9 प्रतिशत कृषको ने ऋण लिये। सभी उद्देश्यों के लिये ऋण का 21 5 प्रतिशत कृषको ने उर्वरकों, रसायन तथा कीटनाशक दवाओं के क्रय हेतु ऋण लिये। कृषको द्वारा अपने स्वयं के कृषि उपज के परिवहन के लिए परिवहन साधन के क्रय मरम्मत आदि के लिए कुल ऋण लिये कृषको का 5 60 प्रतिशत कृषको ने ऋण लिये। फसल को विपणन योग्य बनाने के लिए धन की आवश्यकता की पूर्ति के लिए कुल ऋणगत कृषको का 9 04 प्रतिशत कृषको ने ऋण लिए। इस प्रकार ऐसे कृषक जिनकी भूमि बन्धक पड़ी है, को छुड़ाने के लिए समस्त ऋणी कृषको का 5 92 प्रतिशत किसानों ने ऋण लिये। इन उद्देश्यों के अलावा अन्य कृषिगत उद्देश्यों की पूर्ति हेतु धन की आवश्यकता के लिए कुछ कृषको ने ऋण समितियों के माध्यम से 5 3 प्रतिशत कृषक कुल ऋण लिये कृषको के हैं।

तालिका सख्या 5 25

विपणन समितियों द्वारा प्रदत्त गैर-वित्तीय सुविधाएँ

सुविधाओं का विवरण	कृषकों की संख्या	कुल कृषकों का प्रतिशत
किसान क्रेडिट कार्ड	193	48.25
दुर्घटना बीमा	71	17.25
फसल बीमा	87	21.25
मूल्य समर्थन योजना	297	74.25
अन्य	19	4.75

उपरोक्त तालिका से स्पष्ट है कि सर्वेक्षण किये गये कुल 400 कृषकों को विभिन्न प्रकार की गैर-वित्तीय सहायता प्रदान करके अधिक उत्पादन एवं वितरण के लिए प्रोत्साहित किया गया है। इन सुविधाओं में सर्वेक्षण किये गये कृषकों का 48.25 प्रतिशत कृषकों को कृषि विपणन समितियों द्वारा किसान क्रेडिट कार्ड की सुविधा प्रदान किया गया। इसी प्रकार समितियों के माध्यम से लेनदेन करने वाले कृषकों के दुर्घटना बीमा की भी व्यवस्था स्वयं समितियों द्वारा की जा रही है जो उपरोक्त तालिकानुसार सर्वेक्षण का 17.75 प्रतिशत कृषकों को यह सुविधा प्राप्त है। इसी क्रम में फसल बीमा की भी व्यवस्था समितियों द्वारा की गयी है जो कुल कृषकों के उपज का उचित मूल्य दिलाने के लिए समितियों द्वारा की गयी है जो कुल कृषकों का 21.25 प्रतिशत कृषकों द्वारा चलायी गयी। मूल्य समर्थन योजना के अन्तर्गत 74.25 प्रतिशत कृषकों द्वारा सुविधा उठायी जा रही है। इसी तरह विभिन्न समितियों द्वारा स्वयं या क्षेत्रीय स्तर पर अन्य कृषिगत सुविधाएँ उपलब्ध करायी जाती हैं जो कुल समितियों का 4.75 प्रतिशत है।

तालिका संख्या : 5.26

खाद की खरीद में कृषकों की संख्या

खाद की खरीद	कृषकों की संख्या	कुल कृषकों का प्रतिशत
केवल नकद के रूप में	106	26.50
केवल उधार के रूप में	117	29.2
नकद एवं उधार दोनों रूप में	151	37.75
खाद का लेन देन न करने वाले	26	6.50
कुल	400	100.00

उपरोक्त तालिका का अध्ययन करने के उपरान्त स्पष्ट होता है कि सर्वेक्षण किये गये 400 कृषकों में से 6.5 प्रतिशत कृषकों ने खाद की खरीद का कार्य नहीं किया। समितियों के माध्यम से केवल नकद खाद की खरीद करने वाले कृषकों की संख्या 26.5 प्रतिशत थी। नकद की अपेक्षा कृषकों द्वारा थोड़ा अधिक उधार खाद की खरीद समितियों द्वारा की गयी उधार खरीद 29.25 प्रतिशत कृषकों द्वारा की गयी थी। सर्वेक्षण के दौरान पाया गया जो कि उपरोक्त तालिका के माध्यम से ज्ञात होता है कि सर्वाधिक खाद की बिक्री समितियों द्वारा कृषकों को उधार एवं नकद दोनों रूपों में की गयी, जो 37.75 प्रतिशत कृषकों द्वारा खरीददारी की गयी। नकद एवं उधार खाद का क्रय करने वाले कृषकों में अधिकांश कृषक ज्यादा क्षेत्रफल में कृषि करने वाले हैं। अतः स्पष्ट है कि सहकारी समितियों के माध्यम से नकद खाद बिक्री की अपेक्षा उधार खाद की बिक्री ज्यादा कृषकों (2.5 प्रतिशत अधिक) को की गयी।

तालिका सख्या 5 26A

सहकारी विपणन समितियों से कृषको द्वारा नकद खाद का क्रय

क्रय (रुपये मे)	कृषको की सख्या	कृषको की सख्या का प्रतिशत
0—1000	61	23 74
1000—2000	48	18 68
2000—3000	40	15 56
3000—4000	36	14 00
4000—5000	28	10 90
5000—6000	20	7 78
6000—7000	13	5 06
7000—8000	8	3 11
8000—9000	3	1 77
कुल	257	100 00

कृषको द्वारा सहकारी कृषि विपणन समितियों से खाद के नकद क्रय का विश्लेषण तालिका सख्या 5 26A के आधार पर करने के उपरान्त पता चलता है कि सर्वेक्षण किये गये कृषको का 64 25 प्रतिशत कृषको ने खाद का नकद क्रय किया। इसमें वे कृषक भी सम्मिलित हैं जो नकद के साथ-साथ उधार खाद का भी क्रय किये हैं। 2 हजार रुपये तक नकद खाद का क्रय कुल नकद खाद क्रय करने वाले कृषको का 42 42 प्रतिशत कृषको ने किया। इसी प्रकार 2 हजार रुपये से 4 हजार रुपये के बीच नकद खाद क्रय करने वाले कृषको का प्रतिशत 29 96 था। नकद खाद क्रय करने वाले कृषको की सख्या में जैसे-जैसे क्रय करने की राशि में वृद्धि हो रही है, आगे घटती जा रही है। 4 हजार रुपये से 8 हजार के बीच नकद खाद का क्रय करने वाले कृषको की सख्या में काफी कमी आयी है, जो केवल 8 17

प्रतिशत ही रह गयी है। 8 हजार रुपये से 9 हजार रुपये के बीच केवल 177 प्रतिशत कृषको द्वारा ही नकद खाद का क्रय किया गया। सर्वेक्षण के उपरान्त पाया गया कि 9 हजार रुपये से अधिक सहकारी समितियों द्वारा कोई भी कृषक नकद खाद का क्रय नहीं किया।

तालिका सख्या 5 26 B

समितियों से कृषको द्वारा उधार खाद का क्रय

क्रय (रुपये में)	कृषको की सख्या	कृषको की सख्या का प्रतिशत
0—1500	57	21 27
1500—3000	48	17 91
3000—4500	45	16 79
4500—6000	38	14 18
6000—7500	30	11 19
7500—9000	24	8 96
9000—10500	14	5 22
10500—12000	8	2 99
12000—13500	4	1 49
कुल	268	100 00

उपरोक्त तालिका सख्या 5 26B द्वारा स्पष्ट है कि कुल सर्वेक्षण किये गये 400 कृषको में से 268 कृषको (67 प्रतिशत) ने उधार या उधार तथा नकद दोनों के रूप में सहकारी समितियों से खाद का क्रय किया। 3 हजार रुपये से कम उधार क्रय करने वाले कृषको की सख्या कुल उधार क्रय करने वाले कृषको का 39 18 प्रतिशत थी। 3 हजार रुपये से 6 हजार रुपये के बीच 30 97 प्रतिशत कृषक

उधार खाद का क्रय किये थे। इसी प्रकार 6 हजार रुपये से 9 हजार रुपये के बीच उधार खाद खरीदने वाले कृषको की संख्या घटाकर 20 15 प्रतिशत ही रह गयी। 9 हजार से ऊपर उधार खाद खरीदने वाले कृषको की संख्या में बहुत तेजी से कमी हुई है, 9 हजार रुपये से 12 हजार रुपये के बीच उधार खाद का क्रय करने वाले कृषको का केवल 8 21 प्रतिशत ही रह गया। 12 हजार रुपये से 13500 रुपये के बीच उधार खाद के क्रय करने वाले कृषको की संख्या केवल 1 49 प्रतिशत ही रह गयी। 13500 रुपये से अधिक सर्वेक्षण किये गये किसानों में से कोई भी कृषक सहकारी समिति से उधार खाद का क्रय नहीं किया।

तालिका संख्या 5 27A

समितियों द्वारा बीज वितरण का विवरण

विवरण	कृषको की संख्या	कृषको की संख्या प्रतिशत में
नकद क्रय करने वाले	88	22
केवल उधार क्रय करने वाले	134	33 5
नकद एवं उधार दोनों क्रय करने वाले	36	9 0
कोई लेन-देन न करने वाले	142	35 5
कुल	400	100 00

दी गयी तालिका से स्पष्ट है कि सर्वेक्षण किये गये 400 कृषको में से 64 50 प्रतिशत कृषको ने समितियों द्वारा बीज का खरीद किया गया। बीजों का क्रय करने वाले 22 प्रतिशत कृषको द्वारा समितियों से केवल नकद के रूप में बीजों का क्रय किया गया। केवल उधार बीजों का क्रय करने वाले कृषको की संख्या नकद खरीदने वालों की अपेक्षा अधिक है सर्वेक्षण किये गये कृषको का 33 5 प्रतिशत

कृषको ने केवल उधार बीजो का क्रय किया। नकद एव उधार दोनो प्रकार के बीज क्रय करने वाले कृषको की सख्या केवल 900 प्रतिशत ही है। समितियो के माध्यम से बीजो का न क्रय करने वाले कृषको की सख्या कुल सर्वेक्षण किये गये कृषको का एक तिहाई से अधिक है, जो 355 प्रतिशत कृषक है।

तालिका सख्या 5 27B

कृषको द्वारा बीज का क्रय

प्रदत्त पूँजी (रुपये मे)	कृषको की सख्या	
	नकद के रूप मे	उधार के रूप मे
0—250	17	28
250—500	23	30
500—750	24	33
750—1000	8	31
1000—1250	13	26
1250—1500	14	11
1500—1750	9	7
1750—2000	5	4
कुल	124	170

तालिका सख्या 5 27B से स्पष्ट है कि सर्वेक्षण किये गये 400 कृषको मे से 124 कृषको ने नकद के रूप मे तथा 170 कृषको ने उधार के रूप मे समितियो से बीजो का क्रय किया। नकद बीज का क्रय करने वाले कृषको मे 17 कृषक ऐसे थे, जिन्होने 250 रुपये से कम का बीज समितियो से क्रय किया, जबकि उधार क्रय करने वाले कृषको की सख्या यही पर 28 है। 250 रुपये से लेकर 750

रुपये तक बीज क्रय करने वाले कृषको की संख्या यही पर 28 है। 250 रुपये से लेकर 750 रुपये तक बीज क्रय करने वाले कृषको की संख्या नकद के रूप में 47 एवं उधार के रूप में 63 हो गयी। परन्तु इससे अधिक धनराशि के बीज की खरीददारी में कृषको की संख्या घटती जा रही है क्योंकि 750 रुपये से 1250 रुपये के बीच बीज की खरीददारी समितियों से करने वाले कृषको की संख्या नकद खरीद एवं उधार खरीद के रूप में क्रमशः 31 तथा 57 हो गयी। 1250 रुपये से अधिक बीज क्रय करने वाले कृषको की संख्या नकद क्रय करने वालों में 28 है तथा उधार क्रय करने वालों में 22 ही है। 2000 रुपये से अधिक कोई भी कृषक नकद एवं उधार किसी भी प्रकार के बीज का क्रय नहीं किया।

तालिका संख्या 5 28A

सहकारी समितियों से कृषको द्वारा कृषि उपकरण एवं कीटनाशक दवाओं का क्रय

क्रय का विवरण	कृषको की संख्या	कुल कृषको का प्रतिशत
केवल नकद के रूप में	68	17 00
केवल उधार के रूप में	84	21 00
नकद एवं उधार के रूप में	43	10 75
क्रय न करने वाले	195	48 75
कुल	400	100 00

उपरोक्त तालिका संख्या 5 28A से स्पष्ट है कि सहकारी कृषि विपणन समितियों के माध्यम से कृषको द्वारा कृषि उपकरण एवं कीटनाशक दवाओं के क्रय के सम्बन्ध में सर्वेक्षण किये गये 400 कृषको में से 48 75 प्रतिशत कृषको ने कृषि उपकरण एवं कीटनाशक दवाओं का क्रय सहकारी समितियों से नहीं किया।

जिन कृषको ने क्रय किया उनमें नकद के रूप में कृषि उपकरण एवं कीटनाशक दवाओं का क्रय करने वाले कृषको की संख्या केवल 17 प्रतिशत थी। नकद क्रय करने वाले कृषको की अपेक्षा उधार के रूप में क्रय करने वाले कृषको की संख्या 4 प्रतिशत अधिक थी जो 21 प्रतिशत है। ऐसे कृषक जो सहकारी समितियों से दोनों प्रकार के नकद एवं उधार कृषि उपकरण एवं दवाओं का क्रय किया, उनका प्रतिशत 10.75 है। दोनों प्रकार के लेन-देन करने वालों में अधिकतर मध्यम एवं उच्च स्तर के कृषक हैं।

तालिका संख्या 5 28B

कृषि उपकरण एवं कीटनाशक दवाओं का क्रय

वितरण (रुपये में)	कृषको की संख्या	
	नकद के रूप में	उधार के रूप में
0-200	17	14
200-400	22	16
400-600	18	17
600-800	17	23
800-1000	14	21
1000-1200	12	20
1200-1400	07	10
1400-1600	04	06
कुल	111	127

उपरोक्त तालिका संख्या 5 28B का अध्ययन करने के उपरान्त निष्कर्ष निकलता है कि सर्वेक्षण किये गये कुल 400 कृषको में से 111 कृषको (27

75 प्रतिशत) ने सहकारी समितियों से कृषि उपकरण एवं कीटनाशक दवाओं का क्रय करने वाले कृषकों ने नकद के रूप में किया कृषकों की इस संख्या में उधार क्रय करने वाले भी शामिल हैं। इसी प्रकार उधार लेने करने वाले कृषकों की संख्या 127 (31.75 प्रतिशत) है। नकद के रूप में सहकारी समितियों से 400 रुपये से कम कृषि उपकरण एवं कीटनाशक दवाओं का नकद क्रय एवं उधार क्रय के रूप में कृषकों की संख्या क्रमशः 39 एवं 30 थी। इसी प्रकार 400 रुपये से 800 रुपये से 1200 रुपये के बीच सहकारी समितियों से कृषि उपकरण एवं कीटनाशक दवाओं का नकद के रूप में 35 कृषक ने एवं उधार के रूप में 40 कृषकों ने क्रय करने वाले कृषकों की संख्या क्रमशः 26 एवं 41 है। परन्तु 1200 रुपये से अधिक कृषि उपकरण एवं कीटनाशक दवाओं के क्रय में घटकर नकद के रूप में केवल 11 तथा उधार के रूप में 16 कृषक ही रह गये। सर्वेक्षण किये गये कृषकों में से कोई भी कृषक 1600 रुपये से अधिक कृषि उपकरण एवं कीटनाशक दवाओं का क्रय नहीं किया।

तालिका संख्या 5 29A

सहकारी समितियों द्वारा कृषि उत्पत्ति के विपणन का विवरण

विवरण	कृषकों की संख्या	कुल कृषकों का प्रतिशत
केवल रबी की फसल का विक्रय करने वाले	103	25.75
केवल खरीफ की फसल का विक्रय करने वाले	94	23.50
दोनों फसलों का विक्रय करने वाले	72	18.00
लेन-देन न करने वाले कृषकों की संख्या	131	32.75
कुल	400	100.00

तालिका सख्या 5 29A से स्पष्ट है कि सर्वेक्षण किये गये 400 कृषको मे से 32 75 प्रतिशत कृषको ने अपनी कृषि उपज का विक्रय सहकारी समितियों के माध्यम से नहीं किया। शेष 67 25 प्रतिशत कृषको ने अपनी उपज रबी एव खरीफ की फसल के रूप मे विक्रय किया। केवल रबी की फसल ने उपज का विक्रय करने वाले 25 75 प्रतिशत कृषक थे, जो खरीफ की बिक्री नहीं करते थे। इसी प्रकार केवल खरीफ की फसल का विक्रय करने वाले कृषक 23 5 प्रतिशत है, जो रबी की फसल का विक्रय नहीं करते है। दोनों रबी एव खरीफ की फसल का विक्रय करने वाले कृषको की सख्या अपेक्षाकृत कम थी, जो कुल सर्वेक्षण किये गये कृषको का 18 प्रतिशत है। ऐसे कृषक जो सहकारी समितियों के माध्यम से अपनी फसल की बिक्री नहीं करते है, वे 32 75 प्रतिशत है। अत स्पष्ट होता है कि कृषि उपज के विक्रय के सम्बन्ध मे लगभग एक तिहाई कृषको के पास विक्रय के लिए पर्याप्त उपज नहीं है या वे अपनी उपज अन्यत्र बेच देते है।

तालिका सख्या 5 29 B

कृषको द्वारा सहकारी समितियों को कृषि उपज का विक्रय

विक्रय (हजार रुपये में)	कृषको की सख्या			
	रबी की फसल में		खरीफ की फसल में	
	सख्या	सख्या का %	सख्या	सख्या का %
0-3	26	14 86	28	16 87
3-6	32	18 29	27	16 26
6-9	28	16 00	26	15 66
9-12	22	12 57	23	13 85
12-15	20	11 43	20	12 05
15-18	18	10 28	19	11 45
18-21	14	8 00	13	7 83
21-24	9	5 14	6	3 61
24-27	6	3 43	4	2 42
कुल	175	100 00	166	100 00

उपरोक्त तालिका से स्पष्ट है कि सर्वेक्षण किये गये 400 कृषको में से 43 75 प्रतिशत कृषको ने तथा 41 5 प्रतिशत कृषको ने सहकारी समितियों को अपनी रबी की फसल एवं खरीफ की फसल का क्रमश विक्रय किया। रबी की फसल का सहकारी समितियों के माध्यम से विक्रय करने वाले कृषको का लगभग एक तिहाई कृषको (33 15 प्रतिशत) ने 6000 रुपये से कम का विक्रय किया। खरीफ की फसल की बिक्री भी लगभग रबी के फसल के बराबर 33 13 प्रतिशत कृषको ने कुल खरीफ की फसल का विक्रय करने वाले कृषको का किया। इसी

प्रकार 6 हजार रुपये से 12 हजार रुपये के बीच रबी की फसल का विक्रय करने वाले कृषको का 29.51 प्रतिशत कृषको ने खरीफ की फसल का विक्रय करने वाले कृषको का 29.51 प्रतिशत कृषको ने खरीफ की फसल का विक्रय सहकारी समितियों के माध्यम से किया। इसी तरह बिक्री करने वाले कृषको की संख्या 12 हजार रुपये से 18 हजार रुपये के बीच घटकर रबी एवं खरीफ की फसल में क्रमशः 21.71 प्रतिशत एवं 25.50 प्रतिशत हो गयी। 18 हजार रुपये से 24 हजार रुपये के बीच दोनों फसलों की बिक्री सहकारी समितियों के माध्यम से करने वाले कृषको की संख्या काफी कम हो गयी। कुल रबी की फसल में विक्रय करने वाले कृषको का केवल 13.14 प्रतिशत कृषको ने रबी की फसल में तथा खरीफ की फसल का बिक्री करने वाले कृषको का 11.44 प्रतिशत कृषको ने सहकारी समितियों के माध्यम से बिक्री की। इसी तरह बिक्री करने वाले कृषको का 3.43 प्रतिशत कृषको तथा 2.42 प्रतिशत कृषको ने क्रमशः रबी की फसल एवं खरीफ की फसल के रूप में 24 हजार रुपये में अधिक की बिक्री सहकारी समितियों के माध्यम से की। 27 हजार रुपये से अधिक की बिक्री किसी भी फसल में सहकारी समितियों के माध्यम से नहीं की गयी। दी गयी तालिका से स्पष्ट होता है कि सहकारी समितियों द्वारा जायद की फसल का क्रय नहीं किया गया।

तालिका सख्या 5 30

कृषको द्वारा सहकारी समितियों से उपभोक्ता वस्तुओं की प्राप्ति

क्रय (रुपये में)	कृषको की सख्या	कृषको की सख्या का प्रतिशत
0—200	36	19 15
200—400	38	20 12
400—600	31	16 49
600—800	23	12 24
800—1000	22	11 70
1000—1200	20	10 64
1200—1400	12	6 38
1400—1600	6	3 19
कुल	188	100 00

कृषको द्वारा उपभोक्ता वस्तुओं की सहकारी समितियों द्वारा प्राप्ति के सम्बन्ध में सर्वेक्षण के दौरान पाया गया कि सर्वेक्षण किये गये 400 कृषको में से केवल 188 कृषको (47 प्रतिशत) ने उपभोक्ता वस्तुओं का क्रय सहकारी समितियों के माध्यम से किया। शेष 53 प्रतिशत कृषको ने उपभोक्ता वस्तुओं का क्रय नहीं किया उपभोक्ता वस्तुओं की प्राप्ति करने वाले कृषको का 39 27 प्रतिशत कृषको ने 400 रुपये से कम का वर्ष भर में उपभोक्ता वस्तुएँ सहकारी समितियों के माध्यम से क्रय किया। इसी प्रकार 400 रुपये से 800 रुपये के बीच यह प्रतिशत घटकर 28 73 प्रतिशत ही रह गया। 800 रुपये से 1200 रुपये के बीच सहकारी समितियों

के माध्यम से उपभोक्ता वस्तुओं की खरीद करने वाले कृषकों की संख्या कम होकर मात्र 22.34 प्रतिशत ही रह गयी। 1200 रुपये से लेकर 1600 रुपये के बीच क्रय करने वाले कृषकों के मात्र 9.57 प्रतिशत कृषक ही रह गये। सर्वेक्षण के दौरान पाया गया कि सहकारी समितियों के माध्यम से उपभोक्ता वस्तुओं का 1600 रुपये से अधिक कोई भी कृषक ने क्रय नहीं किया।

तालिका संख्या 5.31A

सहकारी समितियों द्वारा कृषकों को प्राप्त लाभांश का विवरण

विवरण	कृषकों की संख्या	कृषकों का प्रतिशत
प्राप्त लाभांश केवल नकद के रूप में	143	35.75
प्राप्त लाभांश केवल अंशों के रूप में	49	12.25
प्राप्त लाभांश केवल वस्तुओं के रूप में	7	1.75
प्राप्त लाभांश नकद तथा अंशों के रूप में	20	5.00
प्राप्त लाभांश नकद, अंशों में तथा वस्तुओं के रूप में	3	0.75
लाभांश न प्राप्त करने वाले	178	44.5
कुल	400	100.00

उपरोक्त तालिका का अध्ययन करने के उपरान्त पता लगता है कि सर्वेक्षण किये गये 400 कृषकों में से 44.50 प्रतिशत कृषकों ने सहकारी समितियों के माध्यम से लाभांश नहीं प्राप्त किये। केवल नकद के रूप में लाभांश प्राप्त करने वाले कृषकों की कुल संख्या सर्वेक्षण किये गये कृषकों का 35.75 प्रतिशत है। इस

प्रकार ऐसे कृषक जिन्होंने केवल अशो के रूप में लाभाश सहकारी समितियों के माध्यम से प्राप्त किये, उनकी संख्या केवल 12.25 प्रतिशत है। ऐसे कृषक जिन्होंने समितियों में अपनी पूँजी अपेक्षाकृत अधिक लगायी थी, उनमें से अशो एवं नकद के रूप में लाभाश केवल 5 प्रतिशत कृषको को मिला। ऐसे कृषक जिनको लाभाश तीनों प्रकार से नकद के रूप में, अशो के रूप में तथा वस्तुओं के रूप में मिला, उनकी संख्या बहुत ही कम मात्र 0.75 प्रतिशत (3 कृषक) है।

तालिका संख्या 5.31B

कृषको द्वारा सहकारी समितियों से प्राप्त लाभाश

लाभाश (रुपये में)	प्राप्त लाभाश में कृषको की संख्या		
	नकद के रूप में	अशो के रूप में	वस्तुओं के रूप में
0—25	38	3	1
25—50	34	8	2
50—75	28	10	2
75—100	24	14	1
100—125	20	12	2
125—150	11	10	1
150—175	7	9	—
175—200	4	6	1
कुल	166	72	10

तालिका सख्या 5 31B के माध्यम से स्पष्ट है कि 166 कृषको ने सहकारी समितियों में लगायी गयी अश पूँजी के बदले लाभाश नकद में पायी। इसी प्रकार 72 कृषको को अशो के रूप में लाभाश तथा केवल 10 कृषको को वस्तुओं के रूप में लाभाश सहकारी समितियों की तरफ से मिला। 50 रुपये से कम नकद लाभाश प्राप्त करने वाले कृषको की सख्या 72 है जो कुल नकद लाभाश पाने वाले कृषको का 43 37 प्रतिशत है, जबकि अशो के रूप में लाभाश प्राप्त करने वाले कृषको की सख्या मात्र 11 (15 28 प्रतिशत) है एवं वस्तुओं के रूप में लाभाश प्राप्त करने वाले कृषको का कुल 33 कृषक (30 प्रतिशत) 50 रुपये से कम लाभाश पाये। 50 रुपये से 100 रुपये के बीच 52 कृषको ने (नकद लाभाश पाये कृषको का 31 33 प्रतिशत) नकद में लाभाश प्राप्त किया यही पर 24 कृषको ने (अशो के रूप में लाभाश पाने वाले कृषको का 33 33 प्रतिशत) वस्तुओं के रूप में लाभाश प्राप्त किया। वस्तुओं के रूप में भी केवल 3 कृषको (वस्तुओं के रूप में पाये लाभाश का 30 प्रतिशत कृषक) ने लाभाश प्राप्त किया। इसी प्रकार 100 रुपये से 150 रुपये के बीच 31 कृषको ने नकद के रूप में, 22 कृषको ने अशो के रूप में तथा 3 कृषको ने वस्तुओं के रूप में लाभाश प्राप्त किया। 150 रुपये से ऊपर नकद लाभाश प्राप्त करने वाले 11 कृषको ने, अशो के रूप में लाभाश प्राप्त करने वाले 15 कृषको ने तथा वस्तुओं के रूप में लाभाश प्राप्त करने वाले में केवल एक कृषक ने ही लाभाश प्राप्त किया। 200 रुपये से अधिक कोई भी कृषक ने लाभाश नहीं प्राप्त किया।

तालिका सख्या 5 32

सहकारी समितियों द्वारा कृषको की समस्याए

विवरण	कृषको की सख्या	कृषको की सख्या का प्रतिशत
1 अपर्याप्त खाद, बीज, कृषि, उपकरण एव कीटनाशक दवाए	137	34 25
2 अपर्याप्त उपभोक्ता वस्तुओं की प्राप्ति	243	60 25
3 अपर्याप्त ऋण उपलब्धता	73	18 25
4 ऋण मिलने में कठिनाई एव देरी	62	15 50
5 ऋण एव ब्याज की दर अधिक	153	38 25
6 समिति के कर्मचारियों एव अधिकारियों के योग्यता, कार्यप्रणाली एव व्यवहार से असंतुष्ट	67	16 75

तालिका सख्या 5 32 का अध्ययन करने के उपरान्त यह कहा जा सकता है कि सहकारी कृषि विपणन समितियों के कृषि विपणन के क्षेत्र में दी जा रही सुविधाओं के बावजूद भी अनेक समस्याए आ रही हैं। सर्वेक्षण किये गये 400 कृषको में से 34 25 प्रतिशत कृषको को पर्याप्त खाद, बीज कृषि उपकरण एव कीटनाशक दवाए समय पर उपलब्ध नहीं होती हैं। सर्वेक्षण किये गये कृषको के 60 25 प्रतिशत कृषको की शिकायत है कि कुछ आवश्यक उपभोक्ता वस्तुए मिलती ही नहीं हैं एव जो भी वस्तुए मिलती हैं वह भी अपर्याप्त मात्रा में। इसी प्रकार 18 25 प्रतिशत कृषको का मानना है कि वर्तमान समय में सहकारी समितियों से जो ऋण मिलता है, वह पर्याप्त नहीं है। जो भी ऋण मिलता है उसके सम्बन्ध में 15 5 प्रतिशत कृषको का कहना है कि ऋण प्राप्त होने में अनावश्यक देरी एव कठिनाई होती है। 18 25 प्रतिशत कृषको का विचार है कि सहकारी समितियों द्वारा दिये गये

ऋण पर ब्याज की दर अपेक्षाकृत अधिक है। तालिका द्वारा स्पष्ट होता है कि सर्वेक्षण किये गये कुल कृषको में से 16 75 कृषको को कार्य दिवस के समय पर कर्मचारियों एवं अधिकारियों की प्रायः अनुपस्थिति पायी जाती है। समिति में योग्य, अनुभवी एवं व्यवहार कुशल कर्मचारियों के अभाव में उन्हें अनेक कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है।

तालिका 5 33

सहकारी समितियों को कृषको द्वारा सुझाव

सुझाव	कृषको की संख्या	कुल कृषको का प्रतिशत
1 खाद, बीज, कृषि उपकरण एवं कीटनाशक दवाओं की समुचित व्यवस्था हो	186	46 5
2 समिति में उपलब्ध उपभोक्ता वस्तुओं की मात्रा, संख्या एवं उच्च गुणवत्ता आदि में वृद्धि हो	278	69 5
3 वर्तमान उपलब्ध ऋणों की धनराशि में वृद्धि की जाय	117	29 25
4 ऋण मिलने की विधि एवं व्यवस्था में सुधार कर सरल तथा लचीली विधि अपनायी जाये	191	47 75
5 वर्तमान देय ऋण पर ब्याज का प्रतिशत कम कर दिया जाय एवं साधारण दर के हिसाब से ब्याज जोड़ा जाये	102	25 25
6 समितियों में गोदाम की व्यवस्थाओं का विस्तार किया जाये	61	15 25
7 समिति में योग्य, अनुभवी, कार्यकुशल एवं व्यवहार कुशल कर्मचारियों एवं अधिकारियों की नियुक्ति की जाये	216	54 00
8 सहकारी समितियों के कार्य प्रणाली में सुधार	44	11 00

तालिका सख्या 5 33 से स्पष्ट है कि सर्वेक्षण किये गये 400 कृषको मे से केवल 11 प्रतिशत कृषक सहकारी कृषि विपणन समितियों की कार्य प्रणाली से सतुष्ट है। शेष कृषको ने समितियों की कार्य प्रणाली के सम्बन्ध मे तरह तरह के सुझाव दिये है। सर्वेक्षण किये गये कुल कृषको का 46 5 प्रतिशत कृषको का सुझाव है कि कृषि विपणन सहकारी समितियों से कृषिगत सुविधाओ की पर्याप्त उपलब्धता हेतु खाद, बीज, कृषि उपकरण एवं कीटनाशक दवाओ की समुचित व्यवस्था हो। सर्वाधिक 69 5 प्रतिशत कृषको का सुझाव है कि कृषि विपणन सहकारी समितियों मे उपलब्ध उपभोक्ता वस्तुओ की मात्रा, सख्या एवं उच्च गुणवत्ता आदि मे वृद्धि हो, जिससे इनकी प्राप्ति आसानी से हो सके। 29 5 प्रतिशत कृषको का सुझाव है कि वर्तमान मे सहकारी समितियों द्वारा ऋण वितरण की जो व्यवस्था है उसको सुधार कर सरल एवं लचीली विधि अपनायी जाय, जिससे कृषको को ऋण आसानी से उपलब्ध हो सके। लगभग एक चौथाई (25 25 प्रतिशत) कृषको की सलाह है कि वर्तमान मे सहकारी समितियों द्वारा निर्धारित ब्याज की दर मे कमी की जाये ब्याज की गणना चक्रवृद्धि दर से न करके साधारण दर से की जाये। 15 25 प्रतिशत कृषको का मानना है कि समितियों के गोदाम व्यवस्थाओ मे वृद्धि की जाये। आधे से अधिक (54 प्रतिशत) कृषको का सुझाव है कि सहकारी समितियों मे योग्य, अनुभवी कार्यकुशल एवं व्यवहार कुशल कर्मचारियो एवं अधिकारियो की नियुक्ति की जाये।

उपरोक्त तालिका का अध्ययन करने के पश्चात् यह स्पष्ट होता है कि 68 प्रतिशत समितियों की तरफ से सुझाव है कि कृषको को उनकी कृषि सम्बन्धी आवश्यकता की पूर्ति हेतु खाद, बीज, कृषि उपकरण एवं कीटनाशक दवाओ आदि की पर्याप्त व्यवस्था हो, जिससे कृषको को उनकी कृषिगत आवश्यकता की पूर्ति की जा सके। 71 प्रतिशत समितियों का सुझाव है कि वर्तमान मे समिति मे उपलब्ध उपभोक्ता वस्तुओ की मात्रा एवं सख्या अपर्याप्त है। किसानो की आवश्यकता के अनुरूप अधिक मात्रा के साथ-साथ अधिक से अधिक वस्तुओ को सम्मिलित किया जाय, जिससे उपभोक्ता वस्तुओ की बिक्री मे वृद्धि हो। सर्वेक्षण की

गयी समितियों का यह सुझाव है कि वर्तमान समय में ऋण वितरण के लिए उपलब्ध धनराशि अपर्याप्त है, अतः किसानों की वित्तीय आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए समितियों को अधिक धन मुहैया कराया जाय। 39 प्रतिशत समितियों का मानना है कि सहकारी शिक्षा एवं प्रशिक्षण की व्यवस्था समिति में उपलब्ध करायी जाय, ताकि कृषक एवं कर्मचारी व अधिकारी सहकारी व्यवहार व कार्यप्रणाली से भलीभाँति परिचित हो सकें, परिणामस्वरूप कार्य संचालन में आसानी होगी। सर्वाधिक मत 93 प्रतिशत समितियों के कामकाज के आधुनिकीकरण पर व्यक्त किया गया। इसमें सुझाव के रूप में विचार व्यक्त किया गया कि समिति के परम्परागत कामकाज की जगह आधुनिक मशीन एवं उपकरण लगाने चाहिए जिसमें कम्प्यूटर की स्थापना पर विशेष बल दिया गाय। 27 प्रतिशत समितियों का सुझाव है कि सरकारी नियम की कठोरता एवं अधिक सरकारी हस्तक्षेप सहकारी कामकाज में बाधा उत्पन्न करता है। अतः कम से कम सहकारी सहकारी हस्तक्षेप हो।

षष्ठम् सर्ग

► समस्याएं एवं सुझाव

○ समस्याएं

○ सुझाव

○ परिशिष्ट

○ सन्दर्भिका

समस्याएँ

भारत एक कृषि प्रधान देश है इसकी अर्थव्यवस्था में कृषि का महत्वपूर्ण योगदान है। यहाँ के लोगो का कृषि से सदियों पुराना सम्बन्ध है, कृषि के पिछड़ेपन की स्पष्ट झलक दिखाई पड़ती है। यद्यपि नियोजनकाल में किये गये प्रयासों के फलस्वरूप दीर्घकालीन गतिहीनता की स्थिति समाप्त हुई। खाद्यान्नों के क्षेत्र में लगभग आत्म-निर्भरता की स्थिति है, यह निर्विवाद रूप से कहा जा सकता है कि भारतीय कृषि विकसित देशों की अपेक्षा अभी भी बहुत पिछड़ी हुई है। देश की जनसंख्या का लगभग 61 प्रतिशत भाग अभी भी कृषि कार्य में लगा हुआ है, परन्तु इस क्षेत्र का राष्ट्रीय आय में योगदान लगभग 27 प्रतिशत ही है। आज भी देश की लगभग 70 प्रतिशत कृषि मानसून पर निर्भर करती है। एव कृषक के जीवन-निर्वाह का साधन बनी हुई है।

भारत में कृषि के विपणन के क्षेत्र में सहकारी कृषि विपणन संस्थाएँ वर्तमान में कृषि क्षेत्र में विकास एवं विस्तार के लिए महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही हैं परन्तु अर्थव्यवस्था के अन्य क्षेत्र जिस गति से प्रगति कर रहे हैं, विपणन संस्थाएँ उस गति से प्रगति नहीं कर पा रही हैं। इसका कारण सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं की प्रगति एवं विकास के मार्ग में अनेकानेक समस्याएँ व्याप्त हैं। उनमें प्रमुख समस्याएँ निम्नलिखित हैं –

I कृषि उत्पादन सम्बन्धी समस्याएँ

II कृषि विपणन सम्बन्धी समस्याएँ

III सहकारी विपणन संस्थाओं से सम्बन्धित समस्याएँ

I. कृषि उत्पादन सम्बन्धी समस्याएँ .—

सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं की सम्पूर्ण पृष्ठभूमि कृषि पर टिकी है। कृषि में विकास एवं विस्तार का सम्बन्ध सीधे रूप से कृषि विपणन के अन्तर्गत कृषि उत्पादन सम्बन्धी समस्याएँ निम्न प्रकार हैं —

1 निम्न उत्पादकता सम्बन्धी समस्याएँ — भारतीय कृषि की मुख्य समस्या इसमें बहुत अधिक लोगों का व्यस्त होना है। सन् 1901 से कृषि पर निर्भर रहने वाले लोगों का प्रतिशत वर्तमान में भी लगभग वही है। यद्यपि कृषि में लगी आबादी की प्रतिशत संख्या में खास परिवर्तन न होने पर भी बीसवीं शताब्दी के आरम्भ में 16.30 लाख लोग कृषि पर निर्भर थे और यह 1991 में 5900 लाख हो गया। जनसंख्या में हुई इस वृद्धि को उद्योगों में पूरी तरह लगाया नहीं जा सका। यही नहीं, पारम्परिक दस्कारियों में लगे हुए व्यक्तियों ने भी कृषि को ही अपनी आजीविका का साधन बना लिया। इस प्रकार कृषि पर निर्भर अत्यधिक जनसंख्या के परिणामस्वरूप खेत विकसित होकर छोटे-छोटे टुकड़ों में बँट गये, प्रतिव्यक्ति भूमि की उपलब्धता कम हो गयी और कृषि में अदृश्य बेरोजगारी प्रकट हुई। भूमि पर जनसंख्या के निरन्तर दबाव के कारण प्रति किसान कृषि भूमि की मात्रा 1901 से 1991 तक कुल क्षेत्रफल में वृद्धि के बावजूद 0.43 हेक्टेयर से कम होकर कम होकर 0.20 हेक्टेयर हो गयी। परिणामस्वरूप देश के कुछ भागों में खेत इतने छोटे होते हैं कि उनमें साधारण तथा हल भी नहीं चलाया जा सकता। खेतों के आकार के छोटा होने के कारण वैज्ञानिक विधि से खेती करने में अनेक समस्याएँ सामने आ रही हैं। परिणामतः समय, श्रम, पशु शक्ति का भारी अपव्यय होता है, सिंचाई, सुविधाओं के उचित उपयोग में कठिनाई आती है। खेतों के छोटे-छोटे तथा खण्ड-खण्ड होने के कारण जनसंख्या का दबाव और उत्तराधिकारी की वर्तमान प्रणाली जिसमें सभी सन्तानों का बराबर हिस्सा होता है, इसके कारण कृषि जोतों के आकार में तेजी से कमी आ रही है।

कृषि की कम उत्पादिकता का एक अत्यन्त महत्वपूर्ण कारण कृषि कार्य के लिए प्रोत्साहन का अभाव रहा है। जमींदारी तथा भू-स्वामित्व की प्रणालियों के अन्तर्गत कृषक उस जमीन का स्वामी नहीं होता है, जिसे वह जोतता है जमीन का स्वामी उसे जमीन से निकाल सकता है। यद्यपि अब जमींदारी प्रथा का अन्त किया जा चुका है और विभिन्न राज्यों में काश्तकारी-विधान लागू हो चुका है, फिर भी काश्तकारों की स्थिति सन्तोषजनक नहीं है। काश्तकार भूमि का स्वामी नहीं है, उसे जमीन पर खेती करने के लिए भारी लगान देना पड़ता है और उसकी स्थिति सुरक्षित नहीं है, ऐसी कठिन परिस्थितियों में कृषक कृषि उत्पादकता बढ़ाने के लिए नहीं सोच सकता है देश में कुछ छोटे कृषक भू-स्वामी हैं जो कि कृषि उत्पादन का कुशलतापूर्वक संगठन कर सकते हैं, किन्तु छोटे खेतों के आकार और फार्म भिन्न-भिन्न सेवाओं की अपर्याप्तता जैसी बाधाओं के कारण, वे अपने उद्देश्य में सफल नहीं हो पा रहे हैं।

भारतीय कृषक उत्पादन की पुरानी और अक्षम विधियों एवं तकनीकों का प्रयोग करते चला आ रहा है। निर्धन एवं परम्परावादी होने के कारण, वह पश्चिमी देशों में और जापान में बड़े पैमाने पर अपनाई गयी आधुनिक तकनीकों को नहीं अपना सकता है। कुछ समय से केवल सीमित रूप में ही वह इस्पात का हल, गन्ना पेराई का कोल्हू, छोटे पम्पिंग सेट, हाथगाड़ी कुदाल, बीज-वपित्र, गेहूँ मंडाई हेतु थ्रेशर, धान से चावल निकालने हेतु धान मशीन और चारा काटने के यन्त्र आदि उन्नत उपकरणों का प्रयोग करने लगा है। किन्तु देश में खेती के काम आने वाले उपकरणों में इन उन्नत उपकरणों की कुल संख्या बहुत ही कम है।

2 कृषकों की ऋणग्रस्तता — भारतीय ग्रामीण अर्थव्यवस्था का एक नकारात्मक पहलू यहाँ के कृषकों की भारी ऋणग्रस्तता है। ऋण का यह बोझ कृषकों पर पीढ़ी दर पीढ़ी से चलता आ रहा है। अनेक प्रयासों के बावजूद इस समस्या का समाधान नहीं हो पा रहा है और ग्रामीण जनसंख्या का बहुत बड़ा भाग

अभी भी इसके बोझ में दबा हुआ है। इसका प्रमुख कारण यह है कि भारतीय कृषि मात्र आजीविका का साधन है और वह भी कम उत्पादकता वाली और जोखिमपूर्ण होने कारण कृषको की आय भी कम रहती है जिसमें वे अपनी उपभोग एवं उत्पादन सम्बन्धी आवश्यकताओं को पूरा नहीं कर पाते हैं। इसलिए उन्हें ऋण का सहारा लेना पड़ता है। ग्रामीण कृषि ऋणों की एक विशेषता यह है कि ये उत्पादन कार्यों के साथ-साथ अनुत्पादक कार्यों के लिए भी लिये जाते हैं। यदि किन्हीं कारणों से कृषि की दशा खराब होती है, तो इन ऋणों का भार और बढ़ जाता है। भारत में ऋणग्रस्तता की समस्या उतनी ही पुरानी है जितनी की कृषि। यहाँ किसानों का ऋणग्रस्त होना सामान्य बात है। ऋणग्रस्तता के भारी बोझ के कारण कृषक उन्नत उत्पादन विधियों का प्रयोग नहीं कर पाता इसके कारण उत्पादन का स्तर निम्न रहता है। इस प्रकार ऋणग्रस्तता ने ही कृषि को जर्जरित कर रखा है।

कृषको की ऋणग्रस्तता का प्रमुख कारण, महाजनो तथा साहूकारों का शोषणात्मक रवैया भी रहा है। ग्रामीण महाजनो एवं साहूकारों द्वारा अत्यधिक ऊँची ब्याज दर वसूल की जाती है जो सामान्यतः 18 से 36 प्रतिशत तक होती है। ब्याज किश्तों में न दे पाने पर ऋणदाता ब्याज को मूलधन में जोड़कर उस पर ब्याज लगाते चलते हैं। कृषक इन साहूकारों एवं महाजनो के ऋण जाल में फँसकर सदैव के लिए इनका ऋणी हो जाता है। हद तब हो जाती है जब महाजन या साहूकार ऋण देते समय ही एक वर्ष का का अग्रिम ब्याज मूलधन में से काट लेता है। ऋणदाता कृषको के अशिक्षित होने का फायदा उठाता है तथा हिसाब में हेर फेर करता है कभी-कभी यह कृषको से सादे कागज पर हस्ताक्षर करा लेता है या अगूठे के निशान लगवा लेता है और बाद में वास्तविक ऋण की रकम को बढ़ाकर लिख देता है। साहूकारों तथा महाजनो द्वारा किसानों से समय-समय पर बेगार भी किया जाता है यदि वे ऋण चुकाने में असमर्थ रहते हैं। इन्हीं समस्याओं के आधार पर बम्बई बैंकिंग जाँच समिति ने अपने प्रतिवेदन में लिखा है कि – “साहूकारों का

लेन-देन का ढग इस प्रकार का है कि एक बार ऋण लेने पर छुटकारा पाना कठिन हो जाता है।

3 कृषको की अज्ञानता – अधिकांश भारतीय कृषक अशिक्षित एवं अज्ञान होते हैं। कृषको के अशिक्षित होने के महाजनो, साहूकारो तथा बनियो द्वारा कृषि उत्पादन सम्बन्धी दिये ऋण पर मनमानी रकम लिख दी जाती है तथा उस प्रपत्र पर कृषक के अगूठे का निशान लगवा लिया जाता है। बाद में इसी मनमानी लिखी गयी रकम की वसूली ऋणदाता द्वारा की जाती है। अशिक्षित एवं अज्ञानता के कारण कृषको को नयी-नयी उत्पादन तकनीक एवं नये-तथा उन्नतशील बीजों के बारे में पर्याप्त जानकारी मिलना मुश्किल हो जाता है, क्योंकि कृषि सम्बन्धी जानकारी विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं द्वारा प्रकाशित होते रहते हैं।

4 कृषिगत सुविधाओं का अभाव – कृषि उत्पादन को अधिकाधिक करने के उद्देश्य को पूरा करने के लिए सुदृढ़ कृषिगत सुविधाएँ उपलब्ध होना जरूरी होता है। परन्तु भारत जैसे देश में जहाँ लगभग तीन चौथाई लोगों का प्रत्यक्ष एवं परोक्ष रूप से जीवन-यापन का साधन कृषि हो, वहाँ कृषिगत विभिन्न सुविधाएँ जैसे-सिंचाई की व्यवस्था, जुताई की व्यवस्था, उन्नतशील बीज की उपलब्धता, कृषि उपकरण एवं कीटनाशक दवाएँ आदि कृषि उत्पादकता की आवश्यकता के अनुरूप नहीं हैं।

इलाहाबाद मण्डल के विशेष सन्दर्भ में कृषको के मूल्यांकन हेतु सर्वेक्षण करने के बाद ज्ञात हुआ कि सहकारी कृषि विपणन में लगी सरस्थाओं द्वारा कृषिगत सुविधाओं जैसे खाद, बीज, कृषि उपकरण एवं कीटनाशक दवाएँ आदि के सम्बन्ध में सर्वेक्षित 400 कृषको में से एक तिहाई से अधिक 34.25 प्रतिशत कृषको की शिकायत है कि ये सुविधाएँ अपर्याप्त हैं।

II. कृषि विपणन सम्बन्धी समस्याएँ –

कृषि क्षेत्र का भारतीय अर्थव्यवस्था में एक विशेष महत्व होने के बावजूद स्वतन्त्रता प्राप्ति के पूर्व इसको पर्याप्त महत्व नहीं दिया गया। इसका परिणाम यह हुआ कि भारतीय किसान को उसकी फसलों का उचित मूल्य नहीं मिला और वह दरिद्र नारायण ही बना रहा। कृषि विपणन व्यवस्था को सुचारु रूप से पूरा होने के पूर्व एव बाद में अनेक कठिनाइयाँ सामने आती हैं। उनमें से प्रमुख कठिनाइयाँ निम्न प्रकार हैं –

1. आवश्यकता से अधिक मध्यस्थ – भारत में कृषि पदार्थों के उत्पादों और उपभोक्ताओं के बीच मध्यस्थों जैसे गाँव का साहूकार, धूमता, फिरता व्यापारी, कच्चा आढतिया, पक्का आढतिया, थोक व्यापारी, मिल वाला, निर्यातकर्ता, फुटकर व्यापारी, आदि की एक लम्बी श्रृंखला है। प्रत्येक मध्यस्थ द्वारा कुछ न कुछ लाभ अवश्य लिया जाता है, जिसका प्रभाव यह होता है कि उपभोक्ता द्वारा दिये गये मूल्य का एक बहुत बड़ा भाग यह मध्यस्थ ले लेते हैं। सर्वेक्षणों के अनुसार, उपभोक्ता द्वारा प्रदत्त मूल्य का किसान को चावल में 52 प्रतिशत तथा गेहूँ में 60 प्रतिशत ही मिलता है। परिणामतः कृषि पदार्थों की बिक्री की लागत बढ़ जाती है।

2. विपणि व्ययों की अधिकता – अनियमित मण्डियों में कृषकों से बहुत प्रकार के खर्चें वसूल किये जाते हैं, जैसे – आढत, दलाली, पल्लेदारी व तुलाई आदि। इन खर्चों के अलावा अन्य अनावश्यक खर्चें भी वसूल किये जाते हैं। जिनमें करदा, धर्मादा, अनाथालय, गौशाला, रामलीला, धर्मशाला, चौकीदार, मेहतर व मुनीम आदि। कृषकों को ये खर्चें अनावश्यक रूप से सहने पड़ते हैं क्योंकि इन खर्चों के बदले में उसे किसी प्रकार की सेवा या सुविधा नहीं प्राप्त होती है।

3. बाजारों में कुरीतियाँ – कृषि पदार्थों के विपणन की समस्याएँ बाजार व्ययों की अधिकता तक सीमित ही नहीं हैं, बल्कि किसानों को ठगने के लिए विभिन्न प्रकार की रीतियाँ काम में लायी जाती हैं। कृषि उपज की मापतौल में

गडबडी की जाती है। उपज का बहुत बड़ा अंश नमूने या बानगी के रूप में ले लिया जाता है। कृषि पदार्थों के मूल्य दलाल द्वारा कपड़े के नीचे तय किये जाते हैं। जिससे किसान अनभिज्ञ रहता है, और आसानी से ठग लिया जाता है। दलाल प्रायः व्यापारियों का पक्ष लेता है, क्योंकि उनसे कुछ कमीशन मिलता है। किसान या खरीददार व्यापारी में यदि कोई विवाद तौल या मूल्य के सम्बन्ध में होता है, तो किसानों का पक्ष लेने वाला कोई नहीं होता है और उसे व्यापारियों की बात माननी पड़ती है।

4 कृषकों की अज्ञानता तथा निरक्षरता — भारतीय किसानों की सबसे बड़ी कमजोरी बाह्य जगत से उनका सम्पर्क नहीं रहता है। प्रथम—गाँव शहरों एवं यातायात के साधन से दूर बसे होते हैं, अतः कृषि क्षेत्र में होने वाले परिवर्तन से कृषक अनभिज्ञ रहता है। द्वितीय—यद्यपि समाचार पत्र तथा रेडियो प्रसारण का विस्तार हुआ लेकिन निरक्षरता के कारण किसान समाचार पत्र नहीं पढ़ सकते तथा रेडियो प्रसारणों को वे ठीक तरह से नहीं समझ पाते हैं। परिणामस्वरूप, वे स्थानीय महाजनो के शिकार हो जाते हैं तथा बाजार में उपजों के मूल्य की जानकारी के अभाव में, अपनी उपज कम मूल्य पर स्थानीय स्तर पर बेच देते हैं।

5 निर्धनता व ऋणग्रस्तता — भारतीय कृषक ऋण में जन्म लेता है, ऋण में जीता एवं मरता है, तथा अपने परिवार पर ऋणग्रस्तता में छोड़ जाता है। अपने ऋण को चुकाने के लिए कृषक उपज अधिक समय तक अपने पास रोक रखने में असमर्थ होते हैं, परिणामस्वरूप उसे अपनी उपजों को शीघ्र बेचना पड़ता है। इस तरह की बिक्री का लाभ महाजन उठाता है और किसान निर्धन का निर्धन बना रहता है।

6 साख की अपर्याप्त सुविधाएँ — अधिकांश गाँवों में अभी तक साख सुविधाओं का विस्तार नहीं हो पाया है। अतः किसान फसल के कटने तथा उसकी बिक्री होने तक धन की कमी के अभाव के कारण इन्तजार नहीं कर सकता। यद्यपि

सहकारी साख के क्षेत्र में अनेक संस्थाओं का विकास हो रहा है, लेकिन इनकी आर्थिक स्थिति सुदृढ़ नहीं होती है और इन संस्थाओं द्वारा प्रदत्त साख सुविधा का लाभ अधिकांशतः बड़े एवं समूह किसानों को मिलता है। धन के अभाव में कृषक प्रायः उपज को पूरी तरह से विपणन योग्य बनाने वाली क्रियाएँ नहीं कर पाता है, जिस कारण सस्ते दाम पर उपज बेचनी पड़ती है।

7 अपर्याप्त भण्डारगृह एवं गोदाम व्यवस्था – कृषि पदार्थों का उत्पादन मौसमी प्रकृति का होता है, परन्तु इनकी माँग पूरे वर्ष तक बनी रहती है। लेकिन वर्ष भर कृषक अपनी उपज रोक रखने की न तो क्षमता रखता है और न ही साधन। जिन किसानों में अपनी फसल रोके रखने की क्षमता होती है, तो उनके पास वैज्ञानिक भण्डारगृहों एवं गोदामों की व्यवस्था नहीं होती है। कृषक प्रायः अपनी उपज खात्तियों, मिट्टी के बर्तनों और कच्चे कोठों में रखते हैं, जो असुरक्षित होते हैं। अपर्याप्त भण्डारगृह एवं गोदाम व्यवस्था के कारण 10 से 20 प्रतिशत तक फसल नष्ट हो जाती है या कीटाणुओं के लगने से कृषि उपज की कीमत कम हो जाती है। यद्यपि स्वतन्त्रता प्राप्ति के पश्चात् इस दिशा में प्रयास किये गये हैं, लेकिन आवश्यकता को देखते हुए ये अपर्याप्त हैं।

8 परिवहन सुविधाओं की कमी – भारत गाँवों का देश है। गाँव व शहर को जोड़ने वाली सड़कें और दूसरी ओर परिवहन साधनों का अभाव है। ये सड़कें वर्ष के कुछ महीनों में चलने लायक होती हैं। वर्षा के मौसम में तो इन सड़कों से तो कृषि पदार्थ का ले आना व ले जाना बिल्कुल असम्भव हो जाता है। गाँव को शहर से जोड़ने में बैल गाड़ियाँ, ऊँट गाड़ियाँ, गधे, खच्चर आदि का परम्परागत परिवहन सुविधाओं का उपयोग किया जाता है। ये साधन काफी खर्चीले होते हैं, एवं मण्डी या बाजार तक पहुँचने में काफी समय लगा देते हैं। इन साधनों द्वारा अधिक समय लगता है एवं नाजुक कृषि पदार्थ के खराब होने की काफी सम्भावनाएँ रहती हैं।

इन्ही कारणों से कृषक अपनी कृषि उपज को गाँव में ही कम दाम पर बेचने के लिए विवश हो जाता है।

9 उपज की घटिया किस्म – देश में खेतों के आकार छोटे-छोटे होने, उपज की परम्परागत पद्धति अच्छे बीजों एवं खाद व सिंचाई का अभाव होने से उपज घटिया किस्म की पैदावार होती है। साथ ही फसल को काटने में आसавधानी करने से उपज में धूल व मिट्टी मिल जाती है। इसका सामूहिक परिणाम यह होता है कि उपज घटिया किस्म की हो जाती है, परिणामस्वरूप कृषकों उसकी उपज का उचित मूल्य नहीं मिल पाता है।

10 श्रेणीकरण एवं प्रमापीकरण का अभाव – वर्तमान विपणन रीति की एक मुख्य कमजोरी यह है कि विभिन्न प्रकार की उपजों का श्रेणीकरण नहीं होता है। कृषि उत्पादों के श्रेणीकरण एवं प्रमापीकरण की अपर्याप्त व्यवस्थाएँ हैं जो कुछ थोड़ा बहुत किया गया है, उसको पूर्ण रूप में तथा ईमानदारी से व्यवहार में नहीं लाया जाता है। अतः उत्तम तथा घटिया दोनों श्रेणियों की उपजों का मिश्रण करके विक्रय किया जाता है। परिणामस्वरूप बढ़िया किस्म के उत्पादों का कम मूल्य मिलता है। इससे बढ़िया किस्म की उपज का उत्पादन करने वाले कृषक हतोत्साहित होते हैं। अतः श्रेणीकरण एवं प्रमापीकरण के अभाव का लाभ मण्डी में केवल मध्यस्थों को प्राप्त होते हैं।

11 बाजार सम्बन्धी सूचनाओं का अभाव – किसानों को न तो बाजार की सही सूचनाओं की जानकारी होती है और न ही उन्हें बताया जाता है। अतः उन्हें बाजार मूल्य, मूल्यों में परिवर्तनों, मार्ग के केन्द्रों, अन्तर्राष्ट्रीय प्रवृत्तियों, सरकारी नीतियों आदि की जानकारी नहीं होती है। देश में बाजार सम्बन्धी सूचनाओं का प्रसार करने का पर्याप्त माध्यम नहीं है। यद्यपि अब दैनिक मूल्य सम्बन्धी जानकारी आकाशवाणी तथा स्थानीय दूरदर्शन द्वारा प्रसारित की जाती है। परन्तु अधिकांश

किसानों के पास रेडियो एवं टेलीविजन नहीं है। परिणामस्वरूप व्यापारी वर्ग किसानों की इस अनभिज्ञता का अनुचित लाभ उठाते हैं।

12 बिक्री मूल्य का विलम्ब से मिलना – कृषकों को प्रायः उनकी उपज का बिक्री मूल्य समय पर प्राप्त नहीं होता है। कृषकों की उपज क्रय करने के उपरान्त व्यापारी तत्काल केवल आंशिक भुगतान कर देते हैं। अथवा पेशगी के रूप में उस समय कुछ रकम दे दी जाती है। हिसाब किताब का निबटारा व्यापारी की इच्छानुसार कुछ समय बाद किया जाता है। व्यापारी द्वारा यदि उपज का पेशगी के रूप में भुगतान किया गया है तो फसल काटने के बाद बिक्री मूल्य में से उस पेशगी की रकम को ब्याज सहित काट लिया जाता है।

13 नियन्त्रित बाजारों की कमी – कृषि विपणन के क्षेत्र में नियन्त्रित बाजारों की कमी है। इस समय लगभग 8000 मण्डियों में से 4,335 मण्डियाँ अनियन्त्रित हैं। नियन्त्रित बाजारों में भी अधिकारियों द्वारा नियमों एवं उप-नियमों को लागू करने में विशेष कड़ाई नहीं की जाती है। परिणामस्वरूप आज भी नियन्त्रित बाजारों की कमियाँ नहीं दूर हो पायी हैं, इससे कृषक अपनी उपज मण्डियों में लाने से कतराते रहते हैं।

III. सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं से सम्बन्धित समस्याएँ –

सहकारी कृषि विपणन में सलग्न सहकारी विपणन संस्थाओं को विपणन व्यवस्था में आशातीत सफलता नहीं मिल पायी है। दाँतवाला समिति ने इस तथ्य को स्वीकार करते हुये कहा है कि, यद्यपि विपणन समितियों की संख्या तथा मण्डियों और गाँवों तक उनके विस्तार की दृष्टि से उनका विकास प्रभावशाली रहा है, फिर भी जहाँ तक कृषि उपज के व्यापार पर उनके प्रभाव का प्रश्न है, कुछ को छोड़कर शेष का प्रभाव महत्वपूर्ण नहीं कहा जा सकता है।” रिजर्व बैंक बाफ इण्डिया ने 11 जिलों की 142 सहकारी विपणन समितियों को सर्वेक्षण करने के बाद अपने प्रतिवेदन में कहा है कि, “यदि विपणन समितियों की स्थापना के तीन

उद्देश्यो—बन्धक ऋणों में अग्रिम देना, कृषि उपज का विपणन के तीन उद्देश्यो—बन्धक ऋणों में अग्रिम देना, कृषि उपज का विपणन तथा उपभोक्ता वस्तुओं की पूर्ति तथा वितरण की दृष्टि से देखा जाय तो ये सस्थाएँ किसी भी दृष्टि से सफल नहीं रही हैं।” यह देखने में आया है कि अधिकांश विपणन समितियाँ तो विपणन का कार्य ही नहीं करती हैं।

वास्तव में विपणन सस्थाएँ अपने कार्यों एवं योग्यताओं में प्रति कृषको में विश्वास उत्पन्न करने में असफल रही हैं अधिकांश विपणन समितियाँ अपने सदस्यों की उपज को एकत्रित एवं वर्गीकृत करने में असफल रही हैं। राज्य स्तरीय विपणन समितियाँ भी कृषि आदानों की पूर्ति एवं विपणन कार्यों में ही सलग्न हैं। ये समितियाँ अन्तर्राज्यीय व्यापार को प्रोत्साहित करने में विशेष रुचि नहीं ली हैं। अधिकांश सदस्य इन सहकारी विपणन सस्थाओं के माध्यम से उपज नहीं बेचना चाहते हैं, क्योंकि उन्हें सस्था की विपणन योग्यता में विश्वास नहीं। सहकारी कृषि विपणन सस्थाएँ एवं विपणन प्रक्रिया को पूरा करवाने में लगी समितियों के समक्ष निम्नलिखित समस्याएँ सामने आती हैं —

1 पूँजी का अभाव — सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं के पास कृषि उत्पादन एवं विपणन की प्रक्रिया को पूरा करवाने में सबसे बड़ी समस्या पूँजी की अपर्याप्तता रही है। अधिकांश विपणन समितियाँ इधर कुछ ही वर्षों में स्थापित की गयी हैं, सदस्यों एवं सरकार पर निर्भरता के कारण इनका पूँजी कोष अपर्याप्त है। अपर्याप्त पूँजी के ही कारण ये विपणन समितियाँ कृषको को माँग के अनुसार उत्पादन एवं विपणन के लिये समय से ऋण उपलब्ध करवाने में अक्षम रही हैं। पूँजी के ही कारण ये विपणन समितियाँ कृषको को माँग के अनुसार उत्पादन एवं विपणन के लिए समय से ऋण उपलब्ध करवाने में सक्षम रही हैं। पूँजी के अभाव के कारण ही इनका व्यवसाय करवाने में अक्षम रही हैं। पूँजी के अभाव के कारण ही इनका

व्यवसाय सीमित है तथा इनकी बिक्री इतनी कम है कि ये अन्य व्यावसायिक इकाइयों की तुलना में कुशल एवं आर्थिक इकाइयों नहीं कही जा सकती हैं।

इलाहाबाद मण्डल में सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं के सन्दर्भ में सर्वेक्षण के माध्यम से ज्ञात होता है कि समस्त सदस्यों के द्वारा कुल 8 लाख रुपये से अधिक पूँजी नहीं लगायी गयी। सहकारी विपणन संस्थाओं में बाह्य संस्थाओं एवं सरकार द्वारा अनुदान भी बहुत सीमित मात्रा में प्रदान किया गया है। 2 लाख रुपये से अधिक न तो बाह्य संस्थाओं द्वारा एवं नहीं सरकार द्वारा अनुदान प्रदान किया गया है।

2 साख सुविधाओं का अभाव – सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं में पर्याप्त पूँजी का अभाव पाया जाता है, अतः पूँजी की कमी के कारण साख सुविधाएँ भी अपर्याप्त होंगी। क्योंकि सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं द्वारा कृषकों के लिए उपलब्ध साख की व्यवस्था अशुद्ध, निधियों तथा सरकार एवं बाह्य संस्थाओं से प्राप्त अनुदान के माध्यम से किया जाता है। वर्तमान समय में कृषकों की साख सम्बन्धी 40 प्रतिशत भाग के आवश्यकता की पूर्ति केवल इन विपणन संस्थाओं द्वारा किया जाता है। शोषणात्मक ऋण देने वाले साहूकारों एवं महाजनो के द्वारा अभी भी लगभग 20 प्रतिशत कृषि आवश्यकता से सम्बन्धित ऋण प्रदान किये जाते हैं। सहकारी कृषि कार्य करने के लिए अल्पकालीन ऋण प्रदान किये जाते हैं। मध्यमकालीन ऋण सभी विपणन संस्थाओं द्वारा प्रदान किये जाते हैं, वह भी बहुत थोड़ी मात्रा में। सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं द्वारा दीर्घकालीन ऋण वर्तमान समय में नहीं प्रदान किये जाते हैं। कृषकों को दीर्घकालीन ऋण इन संस्थाओं द्वारा न मिलने के कारण कृषकों को साहूकारों या महाजनो के पास से विभिन्न दीर्घकालीन कृषिगत उद्देश्यों जैसे – नलकूप लगवाने, कृषि उपकरण खरीदने बन्धक जमीन को छुड़ाने आदि के लिए ऋण लेना पड़ता है, परन्तु इस तरह प्राप्त ऋण की ब्याज की दर बहुत अधिक होती है।

सहकारी कृषि की विपणन सस्थाओं के मूल्यांकन के दौरान यह पाया गया कि इन सस्थाओं द्वारा सदस्य कृषकों को सीमित मात्रा में ऋण वितरित किया गया क्योंकि सर्वेक्षण का 57 प्रतिशत सस्थाओं द्वारा केवल 20 लाख रुपये से 40 लाख रुपये के बीच अल्पकालीन ऋण वितरित किये गये। 60 लाख रुपये से अधिक अल्पकालीन ऋण किसी भी सहकारी सस्था द्वारा नहीं दिया गया। सर्वेक्षण के दौरान यह भी ज्ञात हुआ कि सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं की तरफ से 78 प्रतिशत सस्थाओं के पास कृषकों की माँग के अनुसार ऋण उपलब्ध नहीं हो पाते।

3 दोषपूर्ण ऋण नीति – सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं की ऋण नीति दोषपूर्ण है। इस सम्बन्ध में अधिकांश राज्यों (जैसे—असम, गुजरात, महाराष्ट्र, उड़ीसा, पंजाब तथा राजस्थान) की विपणन सस्थाओं की ऋण नीति में सुधार लाने के लिए अनेक विशेषज्ञों द्वारा दिये गये सुझावों के यह ज्ञात हुआ कि इन सस्थाओं द्वारा दिये गये ऋण की कुल मात्रा के 60 से 95 प्रतिशत तक ऋण या तो जमानत मुक्त है या उत्पादक ऋण के रूप में प्रदान किये गये हैं। परिणामस्वरूप ऋणों की मात्रा भी बढ़ जाती है। इन सहकारी कृषि विपणन सहकारी सस्थाओं द्वारा सस्ते एवं सरल दर पर ऋण उपलब्ध नहीं किया जाता है।

सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं के मूल्यांकन हेतु किये गये सर्वेक्षण के उपरान्त पाया कि दोषपूर्ण ऋण नीति एवं कानूनी अडचनों के ही कारण कृषकों में से केवल लगभग तीन चौथाई (74.5 प्रतिशत) कृषकों ने ही सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं से ऋण लिये। कृषकों में ऋण न लेने वाले अधिकांश कृषकों का मानना था कि उन्हें ऋण की अति आवश्यकता है, परन्तु कानूनी अडचनों के कारण व समय पर उन्हें ऋण उपलब्ध नहीं हो पा रहा है।

4 सरकार द्वारा संगठित – अधिकांश कृषि विपणन सस्थाएँ सरकार द्वारा गठित की गयी हैं। किसानों द्वारा इनके गठन में भाग नहीं लिया गया है। अतः कृषकों की इन सस्थाओं में कोई रुचि नहीं है। इसके साथ ही शहरी व्यापारी वर्ग

अपने स्वार्थ के कारण इन सस्थाओं के सदस्य बन गये हैं तथा वे ही विपणन सस्थाओं को सरकार द्वारा दी गयी सुविधाओं का लाभ चाहते हैं, विपणन कार्यों में उनकी कोई रुचि नहीं है। इसके साथ ही विपणन सस्थाओं की स्थापना के लिए कोई उचित योजना नहीं बनायी गयी, यद्यपि उनके लक्ष्य निर्धारित कर दिये गये। परिणाम यह हुआ कि ये लक्ष्य कठोर एवं अवास्तविक बन कर ही रह गये।

5 सदस्यों द्वारा उपेक्षा – कृषकों का सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं में विश्वास नहीं है। परिणामस्वरूप अनेक सेवाएँ देने के बाद भी सदस्य इनके माध्यम से उपज विक्रय नहीं करते हैं कृषकों का मानना है कि ऐसा करने में इन्हें अधिक श्रम व समय व्यय करना पड़ता है। सदस्य कृषकों को सस्थाओं के गोदामों तक कृषि उपज पहुँचाने में परिवहन की कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है। अनेक बार सहकारी विपणन सस्थाओं द्वारा सदस्यों को दिया गया उपज का मूल्य बाजार के मूल्यों से भी कम होता है। सस्था के प्रबन्धक किसानों से व्यक्तिगत सम्पर्क नहीं रखते हैं किसानों को भी सहकारी विपणन सस्थाओं के लाभों की वास्तविक जानकारी नहीं हो पाती है। परिणामस्वरूप इन सहकारी विपणन सस्थाओं के प्रति सदस्यों के व्यवहार उपेक्षापूर्ण होने के ही कारण सफलतापूर्वक विपणन कार्य करने में असफल रही है।

6 कार्य-क्षेत्र का उचित निर्धारण नहीं – अधिकांश विपणन सस्थाओं का कार्य-क्षेत्र प्रशासनिक सुविधा की दृष्टि से तहसील, विकास खण्ड अथवा जनपद के क्षेत्र के आधार पर निर्धारित किया जाता है। सस्था के कार्यक्षेत्र उन गाँवों के क्षेत्रों के आधार पर नहीं किया जाता है, जहाँ से सामान्यतः बिक्री के लिए कृषि उपज प्राप्त की जा सकती है। इस तरह सस्थाओं का कार्य क्षेत्र निर्धारण यिका जाना कठिन ठीक नहीं है। इसी कारण सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं के कार्य क्षेत्र एवं व्यवसाय सीमित है।

7 दोषपूर्ण विपणन व्यवस्था – सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं की विपणन व्यवस्था समयानुसार नहीं है। इन सस्थाओं ने प्रचलित विक्रय विधियों से भिन्न विधियाँ अपनायी हैं, जिनसे सदस्य कृषक सतुष्ट नहीं हो पाते हैं। साथ ही साथ सस्थाओं के सदस्य कृषकों को इस बात का भी पर्याप्त ज्ञान नहीं है कि सहकारी विपणन सस्थाओं के क्या कार्य हैं। तथा इन सस्थाओं के माध्यम से उपज बेचने पर उन्हें क्या क्या लाभ प्राप्त होंगे। कृषक इन सहकारी विपणन सस्थाओं द्वारा अपनी उपज बेचने के लिए प्रेरित नहीं हो पाते हैं। परिणामस्वरूप कृषकों को महाजन, साहूकार, घूमते फिरते व्यापारी, हाट-बाजार या अनियमित मण्डी आदि के माध्यम से कृषि उपज की बिक्री करनी पड़ती है, जहाँ पर शोषणात्मक व्यवहार कृषकों के प्रति किया है।

कुल 100 सर्वेक्षित सहकारी कृषि विपणन समितियों में से 96 समितियों ने सदस्यों के तथा 89 समितियों ने गैर-सदस्य कृषकों के कृषि उपज का ही क्रय किया। शेष समितियों ने कृषि उपज के क्रय का कार्य ही नहीं किया। जिन समितियों ने कृषकों के कृषि उपज के क्रय का कार्य किया गया। वे भी पर्याप्त मात्रा में नहीं। सर्वेक्षण की गयी समितियों में से लगभग 80 प्रतिशत समितियों ने सदस्य कृषकों से तथा 89 प्रतिशत समितियों ने 40 लाख रुपये से कम के कृषि उपज के क्रय का कार्य किया। सहकारी सस्थाओं के प्रति कृषकों के कृषि उपज बेचने की अरुचि का अनुमान इस तरह भी लगाया जा सकता है कि मण्डल के अन्तर्गत सर्वेक्षण की गयी कोई भी समिति 70 लाख रुपये से ऊपर के कृषि उपज का क्रय नहीं किया।

8 विधायन सुविधाओं का अभाव – अधिकांश सहकारी कृषि विपणन समितियों के पास कृषि उपज के विधायन सुविधाओं का अभाव रहता है। विधायन प्रक्रिया के अभाव के कारण प्रायः कृषक इन सस्थाओं के पास अपनी ऐसी उपज विक्रय के लिए नहीं लाता है, जिनमें विक्रय के पूर्व विधायन की आवश्यकता होती

है। विधायन सुविधा के अभाव में कृषको द्वारा बड़े-बड़े व्यापारियों को अपनी कृषि उपज बहुत सस्ते दामों पर बेचनी पड़ती है, परिणामस्वरूप उसे उचित कीमत नहीं मिल पाती है।

9 गोदाम व्यवस्था का अभाव – अधिकांश कृषि विपणन संस्थाओं के पास कृषको के कृषि उपज के संग्रहण के लिए गोदामों की उचित एवं पर्याप्त व्यवस्था नहीं है। अतः विपणन संस्थाएँ अधिक कृषि उपज के क्रय का कार्य नहीं करती हैं। सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं के पास जो भी गोदाम की व्यवस्था है वह परम्परागत तरीके की है। शीघ्रनाश होने वाली कृषि उपज के संग्रहण की व्यवस्था सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं के पास प्रायः नहीं है। अतः ऐसी उपज को कृषको द्वारा अन्यत्र रख दिया जाता है या विक्रय कर दिया जाता है, परिणामस्वरूप ऐसी उपज सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं के पास विक्रय के लिए नहीं आती है।

10 अपर्याप्त कृषिगत सुविधाएँ – सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं में कृषि उत्पादन एवं विपणन जैसी अनेक कृषिगत सुविधाओं का अभाव रहता है। इन सहकारी विपणन संस्थाओं द्वारा कृषको की आवश्यकता के खाद, उन्नतशील बीज, कृषि उपकरण रसायन एवं कीटनाशक दवाओं की पर्याप्त आपूर्ति नहीं की जाती है। जितना भी बीज एवं उपकरण इन संस्थाओं में उपलब्ध नहीं होते हैं, वे परम्परागत किस्म के होते हैं।

इलाहाबाद मण्डल के विशेष सन्दर्भ में सर्वेक्षण के माध्यम से मूल्यांकन करने पर पता चलता है कि 63 प्रतिशत सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं की तरफ से शिकायत आयी है कि उनके पास कृषको की माँग के अनुरूप पर्याप्त कृषिगत सुविधाएँ उपलब्ध नहीं हैं।

11 अपर्याप्त उपभोक्ता वस्तुओं की उपलब्धता – सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं के पास आवश्यक उपभोक्ता वस्तुओं की न तो पर्याप्त मात्रा में उपलब्धता है और न ही पर्याप्त उपभोक्ता वस्तुओं की संख्या, माँग के अनुसार उपभोक्ता

वस्तुओं की खरीद करता है। जिससे उसकी आय का महत्वपूर्ण भाग बिना सतुष्ट हुए वस्तुओं के खरीदने के रूप में व्यय हो जाता है। इस प्रकार कृषक उपभोक्ता वस्तुओं के माध्यम से प्रायः सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं से अछूता रहता है।

उपभोक्ता वस्तुओं के विक्रय के सम्बन्ध में अध्ययन करने के उपरान्त पता चलता है कि मूल्यांकन हेतु सर्वेक्षण की गयी 100 सहकारी कृषि विपणन समितियों में से केवल 80 विपणन समितियों ने कृषक सदस्यों को तथा 52 विपणन समितियों के गैर-कृषक सदस्यों को ने उपभोक्ता वस्तुओं के विक्रय का कार्य किया जितना भी विक्रय किया गया वह भी बिल्कुल कम मात्रा में क्योंकि एक लाख रुपये से कम के उपभोक्ता वस्तुओं के विक्रय करने वाली समितियों की संख्या सदस्यों एवं गैर-सदस्यों में क्रमशः लगभग 89 प्रतिशत तथा 85 प्रतिशत थी। उपभोक्ता वस्तुओं में सहकारी कृषि विपणन समितियों की विक्रय में कोई खास रुचि नहीं है, क्योंकि सर्वेक्षित समितियों में से कोई भी समिति ने 14 लाख रुपये से ऊपर के उपभोक्ता वस्तुओं के विक्रय का कार्य नहीं किया। सर्वेक्षण की गयी 68 प्रतिशत विपणन समितियों की तरफ से यह मानना है कि उनको उपभोक्ता वस्तुओं के विपणन के लिए पर्याप्त सुविधाएँ उपलब्ध नहीं रहती हैं।

12 ऋण वसूली की प्रक्रिया असतोषजनक — सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं द्वारा कृषि के उत्पादन एवं विपणन के लिए जो भी ऋण प्रदान किया जाता है, उसकी वसूली की प्रक्रिया सन्तोषजनक नहीं है। ऋण वसूली की प्रक्रिया में प्रायः लापरवाही एवं पक्षपात की भावना व्याप्त रहती है। सस्थाओं के कर्मचारियों एवं अधिकारियों द्वारा प्रायः ऋण वसूली समयानुसार नहीं की जाती है। असतोषजनक ऋण वसूली प्रक्रिया के ही कारण पुनः ऋण वितरण करने के लिए सस्थाओं के पास पूँजी का अभाव हो जाता है।

13 संचालन व्यय की अधिकता — सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं के संचालन व्यय बहुत अधिक हैं। वर्ष 1958-59 में प्रबन्ध व्यय कुल कार्यशील पूँजी के

4 प्रतिशत के बराबर था, जबकि 1997-98 में यह प्रतिशत बढ़कर 108 हो गया। कुछ समितियों में प्रबन्ध, लेखपाल, खजाची, तौला, चौकीदार तथा चपरासी की नियुक्ति उसी दिन कर ली जाती है, जिस दिन सस्था का पजीयन होता है, क्योंकि इन कर्मचारियों में से अधिकांश की प्रारम्भ में आवश्यकता ही नहीं होती है।

14 शिक्षित एवं योग्य कर्मचारियों का अभाव – सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं में प्रायः शिक्षित एवं योग्य कर्मचारियों का अभाव पाया जाता है। इन सस्थाओं में कर्मचारियों की नियुक्ति स्थानीय स्तर पर होने से कुशल एवं योग्य कर्मचारी प्रायः नहीं मिल पाते हैं। सस्थाओं में जो कर्मचारी हैं उनके शिक्षण एवं प्रशिक्षण की पर्याप्त आधुनिक सुविधा न होने के कारण वे निपुण एवं कुशल नहीं हो पाते हैं।

इलाहाबाद मण्डल के अन्तर्गत सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं के मूल्यांकन के लिए सर्वेक्षण के माध्यम से यह ज्ञात हुआ कि 67 प्रतिशत कृषक विपणन सस्थाओं के कर्मचारियों एवं अधिकारियों के योग्यता, कार्यप्रणाली एवं व्यवहार से असंतुष्ट हैं।

15 अकुशल प्रबन्ध – सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं की सबसे बड़ी समस्या उसकी प्रबन्ध व्यवस्था में है। ग्रामीण क्षेत्रों में अशिक्षा के कारण सदस्य सहकारी सिद्धान्त से परिचित नहीं होते हैं। सस्थाओं की आर्थिक स्थिति सुदृढ़ न होने के कारण ये वैतनिक प्रबन्ध व सचिव रखने में भी असफल रही हैं। अवैतनिक प्रबन्ध व सचिव इनके कार्यों में विशेष रुचि नहीं लेते हैं। विपणन सस्थाएँ योग्य एवं अनुभवी प्रबन्धकों की नियुक्ति करने में भी असफल रही हैं, क्योंकि ये सस्थाएँ अच्छे वेतन एवं सुविधाएँ देने में असमर्थ हैं।

16 आन्तरिक साधनों का अभाव – कृषि विपणन सहकारी सस्थाओं में प्रायः सदस्य कृषक गरीब होते हैं, अतः वे अधिक अंश नहीं खरीद पाते हैं। इन सस्थाओं के लाभ एवं संचित कोष भी बहुत कम होते हैं। इस प्रकार इन विपणन सस्थाओं के

आन्तरिक साधन बहुत कम होते हैं, अतः इन्हें केन्द्रीय सहकारी बैंकों द्वारा प्रदत्त सहायता पर ही निर्भर रहना पड़ता है। समय पर धन उपलब्ध न होने के कारण या पर्याप्त ऋण न मिलने के कारण ये विपणन संस्थाएँ अपने सदस्यों को पर्याप्त ऋण उपलब्ध करवाने में असमर्थ रहती हैं।

17. ऊँची ब्याजदर — सहकारी कृषि विपणन समितियाँ अपने सदस्यों को सस्ते ऋण उपलब्ध करवाने में असमर्थ रही हैं। जबकि गरीब भारतीय कृषकों को सस्ते व आसान ऋण की आवश्यकता होती है। यद्यपि नाबार्ड कृषकों को ऋण देने के लिए सस्ती ब्याज दर पर ऋण उपलब्ध करवाता है। परन्तु प्रशासनिक व्ययों की अधिकता व अकुशलता के कारण ये संस्थाएँ सस्ती दर पर ब्याज उपलब्ध नहीं करवा पायी हैं।

इलाहाबाद मण्डल के अन्तर्गत सर्वेक्षण करने पर ज्ञात हुआ कि सर्वेक्षण किये गये कृषकों में से 38.25 प्रतिशत कृषकों का मानना है कि विपणन संस्थाओं द्वारा प्रदत्त ऋण ब्याज की दर अधिक है।

18. सरकार पर निर्भरता — सहकारी कृषि विपणन के क्षेत्र में लगी संस्थाओं के वित्तीय स्रोत बहुत कम हैं। अतः अपने वित्तीय आवश्यकता की पूर्ति के लिए विपणन संस्थाओं को सरकार द्वारा प्रदत्त अनुदान एवं सहायता पर निर्भर रहना पड़ता है। यदि किसी वर्ष इन्हें पर्याप्त सहायता व ऋण मिल जाता है, तो तेजी से कार्य करने लगती हैं। जब कभी इन्हें ऋण नहीं मिल पाता, तो सहकारी सहायता पर निर्भर रहती हैं, परिणामस्वरूप सहकारी संस्थाओं में सहकारी हस्तक्षेप भी बढ़ने लगा है।

19. राजनैतिक हस्तक्षेप — प्रायः सत्तारूढ़ दल अपने राजनैतिक हितों पूर्ति के लिए विपणन संस्थाओं के प्रबन्ध में अपने ही हित के प्रबन्धक की नियुक्ति करवाते हैं, जो उनके रिश्तेदार, दोस्त या खास सम्बन्धी होते हैं। ये प्रबन्धक राजनैतिक दल के हित में संस्था का संचालन करते हैं। इनके द्वारा अपने ही लोगों

को ऋण दिया जाता है, विरोधी विचारधारा वाले सदस्यों को पर्याप्त ऋण नहीं दिया जाता है।

20 कमजोर सस्थाएँ – सहकारी कृषि विपणन सस्थाएँ आर्थिक रूप से मजबूत नहीं होती हैं। अतः ये सस्थाएँ अच्छी तरह से कृषि उत्पादन एवं विपणन सम्बन्धी क्रियाकलाप सम्पन्न नहीं कर पाती हैं, जिसके परिणामस्वरूप इनके समस्त लाभ में से प्रशासनिक व्ययों की भी पूर्ति नहीं हो पाती है, अतः ये सस्थाएँ हानि पर चलने लगती हैं। हानि पर वर्ष पर्यन्त चलने के कारण इन पर वित्तीय भार बढ़ता जाता है। अतः धीरे-धीरे इनकी सम्पत्तियाँ समाप्त हो जाती हैं, और ये बन्द हो जाती हैं। परिणामस्वरूप जनता में सहकारी आन्दोलन के प्रति अविश्वास बढ़ा है, तथा सहकारी आन्दोलन कमजोर हुआ है।

21 कृषकों की अज्ञानता – सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं के विस्तार एवं विकास के मार्ग के में कृषकों की अज्ञानता आड़े आती है। प्रायः कृषक अशिक्षित एवं सहकारी सस्थाओं के नियमों से अनभिज्ञ होते हैं। कृषकों की अज्ञानता के कारण ही सहकारी विपणन सस्थाओं की कार्य प्रणाली में कृषकों का उचित सहयोग नहीं मिल पाता है। कृषकों की अज्ञानता के कारण सहकारी विपणन सस्थाओं के प्रशासनिक प्रक्रिया को पूरा करने में अनेक अड़चने आती हैं।

सुझाव

भारतीय ग्रामीण अर्थव्यवस्था में कृषि जीवन का मुख्य आधार है। यद्यपि कृषक की एक आँख हल पर तथा दूसरी बाजार पर रहती है। कृषक प्रायः उपज का उचित मूल्य पाने के लिए चिंतित रहता है। यदि कृषक को उसकी उपज का उचित मूल्य मिल जाता है, तो वह अधिक उत्पादन के लिए निरन्तर प्रयत्नशील रहता है। इस हेतु कृषको को उत्पादन से लेकर उसके विपणन तक अनेकानेक समस्याओं से जूझना पड़ता है। कृषको की इन तमाम समस्याओं से छुटकारा दिलाने के लिए अपने सर्वेक्षण व अध्ययन के आधार पर सुझाव दे रहे हैं। कृषि विपणन में लगी सहकारी सस्थाओं का विपणन कार्य उत्पादन एवं विपणन में व्याप्त बहुत सी कमियों को दूर करके सुधारा जा सकता है। कुछ दोष सरकारी कृषि विपणन सस्थाओं के अन्दर हैं, जो विपणन प्रक्रिया को प्रभावित करती हैं, उनको भी प्रभावपूर्ण तरीके से दूर किया जा सकता है। ऐसे सुझाव जो कृषि उत्पादन, विपणन एवं सहकारी विपणन सस्थाओं की कार्यप्रणाली में सुधार कर अपेक्षित परिणाम दे सकते हैं, उनका विवरण निम्न प्रकार है –

I कृषि उत्पादन में वृद्धि हेतु सुझाव

I कृषि विपणन में वृद्धि हेतु सुझाव

III सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं की कार्यप्रणाली में वृद्धि से सम्बन्धित सुझाव

IV वाह्य हस्तक्षेप सम्बन्धी सुझाव

I. कृषि उत्पादन में वृद्धि हेतु सुझाव –

कृषि विपणन में सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं के योगदान एवं भूमिका का महत्व तभी है, जब कृषि उत्पादन एवं विपणन की सतोषजनक व्यवस्था हो। कृषि उत्पादन के बिना विपणन कार्य नहीं हो सकता है। अतः जितना अधिक उत्पादन होगा उतना ही अधिक विपणन होने की सम्भावना रहती है। अतः इस बात की आवश्यकता है कि अधिकाधिक कृषि उत्पादन को कैसे बढ़ाया जाय। कृषि उत्पादन में वृद्धि हेतु निम्नलिखित प्रयास करने होंगे—

(1) कृषकों की ऋणग्रस्तता की समाप्ति – कृषि उत्पादन प्रक्रिया को सम्पन्न करने वाले कृषकों की सबसे बड़ी समस्या धन की होती है। धन की समस्या का समाधान करने के लिए कृषकों को कृषि उत्पादन के लिए सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं, वित्तीय संस्थाओं एवं सरकार की तरफ से सरल एवं सस्ता ऋण उपलब्ध करवाया जाय। कृषि कार्य को पूरा करने हेतु उत्पादन की प्रक्रिया शुरू होने से पहले उपलब्ध हो जानी चाहिए, ताकि कृषकों को अपनी कृषि सम्बन्धी ऋण की आवश्यकता को पूरा किया जा सके। कठिनाई न हो। कृषकों को से प्राप्त ऋण बहुत ही सस्ते दर पर होने चाहिए, ताकि कम कृषि उत्पादन के भी दशा में उनके ऊपर ऋण के ब्याज का भार अधिक न पड़े।

इस दिशा में सहकारी कृषि संस्थाएँ कृषकों को कृषि उत्पादन सम्बन्धी आवश्यकता के लिए ऋण उपलब्ध कराती हैं, परन्तु ऋण प्रक्रिया के कठिन होने के कारण कृषकों को समय से ऋण उपलब्ध नहीं हो पाता है। कृषकों को जो भी ऋण उपलब्ध होता है, वह भी उसकी कृषि उत्पादन सम्बन्धी आवश्यकता की पूर्ति के लिए अपर्याप्त होता है। प्राप्त ऋण पर ब्याज की दर अधिक होती है एवं

ऋण पर ब्याज चक्रवृद्धि दर से जोड़ा जाता है। इसलिए छोटे एवं सीमान्त कृषक प्रायः ऋण लेने से डरते हैं। सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं को चाहिए कि कृषकों की ऋणगत आवश्यकता को देखते हुए सरल एवं सस्ते दर पर ऋण उपलब्धता सुनिश्चित करें। वर्तमान में कृषकों को दीर्घकालीन ऋण प्राप्त करने के लिए काफी मेहनत करनी पड़ती है, अतः वर्तमान में इस बात की आवश्यकता है कि कृषि उत्पादन प्रक्रिया को पूरा करने के लिए सहकारी विपणन संस्थाएं भी दीर्घकालीन ऋण कृषकों को प्रदान करें। सरकार को कृषि उत्पादन को प्रोत्साहित करने के लिए चाहिए कि कुछ अभावग्रस्त कृषि उपजों के उत्पादन के लिए विशेष प्रोत्साहन एवं आर्थिक मदद दे।

2 कृषि उत्पादकता को बढ़ाना – विश्व का कुल भौगोलिक क्षेत्रफल 1339 करोड़ हेक्टेयर है किन्तु इसमें से मात्र 137 करोड़ हेक्टेयर क्षेत्र कृषि कार्य के रूप में प्रयोग होता है। जब हम भारत के सन्दर्भ में बात करते हैं तो ज्ञात होता है कि हमारे यहाँ कुल भौगोलिक क्षेत्रफल 329 मिलियन (329 करोड़) हेक्टेयर है जोकि विश्व के क्षेत्रफल के मात्र 24 प्रतिशत है। भारत विश्व की 15 प्रतिशत मानव जनसंख्या को भोजन प्रदान करता है। इस प्रकार भूमि में कृषि उत्पादन बढ़ाने के लिए काफी क्षमता तथा गुंजाइश है जो हरित क्रान्ति अवधि (1969-88 तक) में 23 प्रतिशत वार्षिक खाद्यान्न वृद्धि दर रही थी, लेकिन आवश्यक है कि क्षमता का कुशल एवं भरपूर उपयोग कैसे किया जाय ताकि बढ़ती हुई जनसंख्या जो एक अरब को पार कर चुकी है, की खाद्यान्न पूर्ति बिना कृषि क्षेत्रफल बढ़ाए की जा सके, इसलिए किसानों को बेहतर जल, उर्वरक, मृदा प्रबन्ध एवं उन्नतशील तकनीक अपनाना जरूरी हो गया है। खेती योग्य भूमि पर नई तकनीक द्वारा सघन खेती करना, जिसमें उर्वरकों का उपयोग मुख्य है।

यद्यपि भारत दुनिया का तीसरा सबसे बड़ा उर्वरक उत्पादक देश है फिर भी हमारे देश में उर्वरक खपत (एनपीके पोषक तत्व) बहुत ही कम मात्रा में

है जो लगभग 68 किग्रा / हेक्टेयर कृषि भूमि एवं 73 किग्रा / हेक्टेयर ऐरेविल भूमि है, जो दूसरे देशों की तुलना में काफी कम है 50 प्रतिशत खाद्यान्न उत्पादन में बढ़ोत्तरी मात्र उर्वरक उपयोग से ही होती है इसलिए किसानों को उर्वरक उपयोग के सही तरीके बनाता ही एक सही कदम होगा, उर्वरक के साथ-साथ गोबर की खाद या अन्य जैविक खादों का भी इस्तेमाल करना आवश्यक है।

दियारा और कछारी भूमि में उन्नत तरीकों से खेती करना और ऊसर, बजर व रेतीली मृदाओं को सुधार कर खेती करना खाद्यान्न वृद्धि में अन्य आवश्यक सुझाव है भारत में लगभग 0.7 करोड़ हेक्टेयर भूमि लवणीय व क्षारीय है ऐसी भूमि को खेती के योग्य बनाया जा सकता है, क्षारीय भूमि में जिप्सम, पाइराइट जैसे मृदा सुधारकों की आवश्यकता पड़ती है। अम्लीय भूमि का सुधार करके एवं उसे कृषि योग्य बनाकर खाद्यान्न उत्पादन में वृद्धि की जा सकती है, अम्लीय भूमि को चूने के प्रयोग से कृषि योग्य बनाया जा सकता है ऐसी भूमि में फास्फोरस के उपयोग का काफी महत्व है, क्योंकि अम्लीय मृदा में फास्फोरस का स्थिरीकरण हो जाता है। अधिक उपज लेने के लिए मृदा में सन्तुलित मात्रा में पोषक तत्व डाले जाएं ऐसा न करने से मृदा तत्वहीन हो जाएगी और अपेक्षित पैदावार नहीं मिल पाएगी।

सन् 1981-91 के मध्य जनसंख्या में वार्षिक वृद्धि दर 2.13 प्रतिशत रही जो कि सन् 2000, 2005 एवं 2010 ई तक 1023, 1137 एवं 1263 मिलियन होने का अनुमान है, अतः सन् 2000 तक देश की 1023 मिलियन जनसंख्या के भरण-पोषण हेतु 24 करोड़ टन खाद्यान्न उत्पादन करना होगा, जबकि इस उत्पादन से भूमि से 301 लाख टन पोषक तत्वों का निष्कासन होगा, जबकि इसके विपरीत उर्वरकों द्वारा 206 लाख टन की पूर्ति सम्भावित है, इस प्रकार स्पष्ट है कि उर्वरक उपयोग में वृद्धि के बावजूद फसल द्वारा लगभग 95 लाख टन पोषक तत्वों का प्रतिवर्ष भूमि से दोहन होगा जिसका मिट्टी की प्राकृतिक उर्वरा-शक्ति पर विपरीत प्रभाव पड़ना अवश्यम्भावी है, अर्थात् भूमि का खजाना समाप्त होकर नगी

रह जाएगी। भारत में 46 प्रतिशत भूमि में जिक की कमी, 5 प्रतिशत मैंगनीज तथा 11 प्रतिशत लोहे की कमी है, इन सूक्ष्म पोषक तत्वों की उन क्षेत्रों में अधिक कमी आई है, जहाँ सघन खेती की जाती है, यह अनुभव किया जा रहा है कि अधिक उपज के लिए अधिकांश क्षेत्रों में नाइट्रोजन, फास्फोरस व पोटैशियम का उपयोग आवश्यक है, यही नहीं, इन प्रमुख पोषक तत्वों के साथ ही बहुफलसी खेती वाले क्षेत्रों में जिक और गंधक जैसे सूक्ष्म व गौण तत्वों की कमी हो गयी है। खाद्यान्न उत्पादन के बढ़ते सूक्ष्म व गौर तत्वों की कमी हो गयी है। खाद्यान्न उत्पादन के बढ़ते लक्ष्य की पूर्ति हेतु भविष्य में कृषि उत्पादकता में काफी वृद्धि करनी होगी, अतः भूमि में जिन तत्वों की कमी है उनकी पूर्ति के लिए इन सभी तत्वों का सतुलित मात्रा में उपयोग किया जाना चाहिए, ताकि भूमि में जिन तत्वों की कमी है, उनकी पूर्ति के लिए इन सभी तत्वों का सतुलित मात्रा में उपयोग किया जाना चाहिए ताकि भूमि की प्राकृतिक उर्वरता में ह्रास न हो और भूमि की उत्पादकता स्थायी रहे, इसके लिए नाइट्रोजन, फास्फोरस, पोटैश उर्वरकों के साथ-साथ जैविक खाद-कम्पोस्ट, गोबर की खाद हरी खाद एवं जैव-उर्वरकों के उपयोग के साथ-साथ सूक्ष्म व गौण पोषक तत्वों का इस्तेमाल किया जाय।

आज जब हम अधिक उपज देने वाली प्रजातियों से धान और गेहूँ की अधिकाधिक उपज ले रहे हैं और जनसंख्या वृद्धि रुक नहीं पायी है, इतनी बड़ी जनसंख्या के लिए भोजन जुटाना देश के लिए वास्तव में एक चुनौतीपूर्ण कार्य है। चावल के उत्पादन को सन् 2005 तक 108.8 मिलियन टन तथा 2010 ई तक 126.5 मिलियन टन बढ़ाना होगा, ठीक इसी प्रकार इन वर्षों में गेहूँ के उत्पादन को क्रमशः 81.3 व 94.5 मिलियन टन तक बढ़ाने की जरूरत होगी हम उर्वरकों के उपयोग को अचानक बिल्कुल कम तो नहीं कर सकते किन्तु कृषि अवशेषों, हरी खादों तथा जैविक खादों के साथ-साथ पूरक रूप में उर्वरकों का प्रयोग करना होगा, जिसके लिए पोषक तत्व प्रबन्ध सम्बन्धी तथ्यों को भी ध्यान में रखना होगा एनपीके तत्वों का असंतुलित मात्रा में उपयोग दूर किया जाए तथा साथ ही

गन्धक एवं जिक की कमी वाले क्षेत्रों का भी पता लगाया जाए। असिचित क्षेत्रों में उर्वरकों का उपयोग बढ़ाना होगा।

अम्लीय मिट्टियों में अच्छी उपज प्राप्त करने के लिए 3-4 कुन्तल प्रति हेक्टेयर की दर से चूने का प्रयोग करके पुनः एनपीके की उपयोग क्षमता में वृद्धि करनी चाहिए। तत्वों के निक्षालन एवं गैसीय हानि को रोककर उर्वरक उपयोग क्षमता बढ़ाना होगा। जहाँ पर सिचाई की उत्तम व्यवस्था हो वहाँ पर हरी खाद एवं कृषि अवशेषों का अधिक से अधिक उपयोग करना चाहिए। अनुसंधान उपज एवं किसानों के खेत की उपज में व्याप्त अन्तर चाहिए। अनुसंधान उपज एवं किसानों के खेत की उपज में व्याप्त अन्तर को समाप्त करना होगा। फसलों से अधिक पैदावार लेने के लिए प्रत्येक किसान का प्रमुख और पहला कर्तव्य यह है कि वह भूमि की दशा और फसल के अनुरूप ही उर्वरकों का चयन करे, क्योंकि प्रत्येक राज्य में भूमि की विभिन्न दशाएँ होती हैं, विपरीत प्रकृति की दशा में विपरीत प्रकृति वाला उर्वरक प्रयोग किया जाएगा तो लाभ की जगह किसान को आर्थिक हानि उठानी पड़ेगी, उससे इच्छित उपज तो मिलना दूर, उर्वरक पर खर्च की गयी धनराशि भी व्यर्थ चली जाएगी।

मिट्टी का परीक्षण कराए बिना उर्वरक का प्रयोग न केवल धन का अपव्यय है, अपितु उससे कोई लाभ भी नहीं होता है, अतः मिट्टी का परीक्षण कराकर ही उर्वरकों का उपयोग करना चाहिए, मिट्टी की उर्वरता का मूल्यांकन करने के लिए और उर्वरकों का वैज्ञानिक उपयोग करने के लिए मिट्टी परीक्षण और उसके आधार पर फसलों की अनुक्रिया सम्बन्धी अनुसंधान किया जाता है, मिट्टी परीक्षण से यह पता चल जाता है कि कौन सी मिट्टी ऐसी है, जिसमें अधिक उर्वरक देने से प्रभाव या तो बिल्कुल नहीं होगा या कम होगा, सन्तुलित उर्वरक उपयोग का अर्थ यह नहीं है कि नाइट्रोजन, फास्फोरस और पोटैश की मात्रा मृदा में एक समान डाली जाए इसका वास्तविक अर्थ यह है कि मृदा में जिस

तत्व की कमी पायी जाए, इसी तत्वधारी उर्वरक को भूमि में दिया जाए, जिसमें प्राथमिक तत्व के अलावा गौण एवं सूक्ष्म तत्व भी हो सकते हैं।

भारतीय कृषकों में एक कमी यह है कि ये केवल नाइट्रोजन (नाइट्रोजन धारी उर्वरक यूरिया) पर ही अपना ध्यान दे रहे हैं, परन्तु प्रमुख पोषक तत्वों में फास्फोरस और पोटैश भी आवश्यक हैं, जब तक इन तीनों पोषक तत्वों का सन्तुलन नहीं होगा, तब तक एक तत्व ही इच्छित पैदावार नहीं दे सकता। अतः एनपीके उर्वरक तत्वों को संतुलित रूप में देने के लिए इनका अनुपात 4:2:1 होना चाहिए, जो आज 30:10:5 में 15:3:1 और राष्ट्रीय स्तर पर 9:3:1 प्रयोग हो रहा है। अतः इस असंतुलन को दूर किया जाए। इसके अतिरिक्त मिट्टी में गौण और सूक्ष्म तत्वों की कमी भी देखने को मिल रही है लेकिन आम किसान इस विषय में आज भी अनभिज्ञ है। जब तक इन गौण और सूक्ष्म तत्वों का उपयोग नहीं किया जाएगा, प्रमुख पोषक तत्वों के उपयोग से भी कोई विशेष लाभ नहीं मिल सकता।

आज जब हम उर्वरकों के फसल में भरपूर इस्तेमाल की बात करते हैं तो हमें जैविक खादों को भी नहीं भूलना चाहिए। इस समय ढेर सारा गोबर और फसलों के अवशेष ईंधन के रूप में इस्तेमाल कर लिए जाते हैं, जिससे खेतों में वांछित जैविक खादे इस्तेमाल नहीं हो पा रही हैं। “अखिल भारतीय समन्वित कृषि अनुसंधान परियोजना” जो आज फसल प्रणाली अनुसंधान के नाम से जाना जाता है। अनुसंधानों के परिणामों से स्पष्ट है कि फसलों में (धान, बाजरा) 25 से 50 प्रतिशत नाइट्रोजन की पूर्ति गोबर की खाद, हरी खाद अथवा फसल अवशेषों (धान का पुआल, बेकार गेहूँ का भूसा, मूँग/उर्द की फलिया की तुड़ाई के बाद बचे हरे पौधे आदि) से उर्वरकों के साथ की जाय तो धान गेहूँ, बाजरा गेहूँ, मक्का में अच्छी उपज ली जा सकती है। इस समस्या का हल तभी निकल सकता है, जब हम किसानों के लिए ईंधन की सुविधा जुटाए इसका तात्पर्य यह है कि एक ओर तो

हमें ज्यादा पेड़ लगाने होंगे और दूसरी ओर हमें गोबर गैस के इस्तेमाल को बढ़ावा देना होगा।

जैविक खादों तथा उर्वरकों दोनों के सन्तुलित इस्तेमाल से सतत कृषि विकास के द्वारा बढ़ते मुँह और घटते भोजन की खाई को पाटा जा सकता है, इसलिए कृषि साधनों में बगैर कमी लाए खाद्यान्न उत्पादन को लगातार बढ़ाना ही अब कृषि वैज्ञानिकों ने अपना प्रथम उद्देश्य मान लिया है।

II कृषि विपणन में सुधार हेतु सुझाव -

कृषि पदार्थों के उत्पादन के साथ-साथ उसके अतिरिक्त की बिक्री करना आवश्यक एवं महत्वपूर्ण होता है। आज कृषि, जीवन-यापन का मात्र साधन ही नहीं रह गयी है, बल्कि औद्योगिक विकास का एक माध्यम तथा कृषकों की सुख/समृद्धि का आधार भी बन गयी है। वर्तमान समय में कृषक केवल खाद्यान्न ही नहीं उत्पन्न करता बल्कि व्यापारिक फसलों जैसे - कपास, गन्ना, तिलहन आदि भी उत्पन्न करता है। इन फसलों तथा खाद्यान्नों के अतिरिक्त की बिक्री करना कृषकों की आज एक प्रमुख समस्या है। एक उचित कृषि विपणन व्यवस्था से कृषकों की आय में वृद्धि होती है, जिसके परिणामस्वरूप कृषक उत्पादन बढ़ाने का भरपूर प्रयास करता है। उत्पादन बढ़ने से खाद्यान्न की समस्या हल होती है। कृषकों की आय में वृद्धि से उनका जीवन-स्तर सुधरता है, तथा देश के आर्थिक विकास को बल मिलता है।

भारतीय कृषि विपणन की वर्तमान व्यवस्था में निम्नलिखित सुधार करके कृषि विपणन व्यवस्था को सुदृढ़ बनाया जा सकता है -

1 वित्तीय सुविधाएँ - कृषि विपणन व्यवस्था में सुधार हेतु वित्तीय सुविधाएँ अधिकाधिक प्रदान की जाये, जिससे कृषकों को महाजनो एवं साहूकारों के शोषण से बचाया जा सके। इस सम्बन्ध में ग्रामीण क्षेत्रों में कृषिगत आधार एवं ऋण की

व्यवस्था को मजबूत बनाया जाय तथा ग्रामीण क्षेत्रों में स्थापित सहकारी कृषिगत बैंको एवं सस्थाओं को पर्याप्त वित्तीय सुविधाएं उपलब्ध करायी जाये।

2 नियमित मण्डियों की स्थापना – कृषकों को कृषि विपणन के दोषों से बचाने के लिए नियमित मण्डियों की स्थापना की जानी चाहिए जहाँ किसान अपनी उपज को उचित मूल्य पर बेच सकें। सरकार द्वारा इस सम्बन्ध में प्रयास किये गये हैं। वर्तमान कृषि उत्पादन, कृषिगत आवश्यकता को ध्यान में रखते हुए कम है। अतः वर्तमान में अनेक ऐसी मण्डियों की स्थापना की जानी चाहिए, जहाँ दूर-दूर तक मण्डियाँ नहीं हैं वर्तमान में स्थापित नियमित मण्डियों में कृषिगत सुविधाओं का विस्तार किया जाय।

3 श्रेणीविभाजन एवं प्रमापीकरण – कृषि वस्तुओं के श्रेणीविभाजन तथा प्रमापीकरण पर ध्यान दिया जाना चाहिए। इससे कृषकों को उनकी उपज का उचित मूल्य मिलता है, एवं बाजार का विस्तार होता है। साथ ही साथ उपज की किस्म में सुधार होता है। वैसे इस सम्बन्ध में 1937 में कृषि उपज अधिनियम पास किया गया, जिसके अन्तर्गत सरकार द्वारा प्रमाप स्थापित किये जाते हैं, और वर्गीकरण का काम सरकार द्वारा नियुक्त सस्थाओं द्वारा किया जाता है। परन्तु इस सम्बन्ध में प्रगति धीमी है। अतः वर्तमान आवश्यकता को ध्यान में रखते हुए श्रेणीविभाजन एवं प्रमापीकरण की व्यवस्था का विस्तार किया जाय एवं इसके अन्तर्गत अधिकाधिक फसलों को लाया जाय।

4 प्रमापित बाट एवं माप-तौल – प्रमापित बाट एवं माप-तौल के लिए 1 अप्रैल, 1962 से मैट्रिक प्रणाली लागू की गयी है जिससे माप तौल की गड़बड़ियों में कुछ कमी आयी है। परन्तु आज भी गाँवों में पुराने बाटों का प्रयोग किया जाता है, जिससे किसानों के साथ धोखाधड़ी होती रही है। अतः आवश्यक है कि इस सम्बन्ध में गड़बड़ियों को करने वालों के ऊपर कड़ी कार्यवाही हो।

5 विपणन सूचनाओं का प्रकाशन एवं प्रसारण – वर्तमान कृषि विपणन सूचनाओं का प्रकाशन एवं प्रसारण कृषि विपणन की आवश्यकता एवं कृषकों की जागरूकता के लिए अपर्याप्त है। अतः वर्तमान में राष्ट्रीय, राज्यीय एवं स्थानीय स्तर पर अधिकाधिक प्रकाशन एवं प्रसारण होना चाहिए ताकि किसानों को कृषि पदार्थों के मूल्य व सम्बन्धित बातों की जानकारी प्राप्त हो सके, तथा उनको धोखा न दिया जा सके। विपणन सूचनाओं के लिए पंचायत स्तर पर कृषि विपणन से सम्बन्धित सूचनाओं की पर्याप्त जानकारी की व्यवस्था होनी चाहिए।

6 भण्डार गृहों की सुविधा – कृषि उपजों के भण्डारण के लिए केन्द्रीय सरकार की तरफ से केन्द्रीय भण्डारण निगम एवं भारतीय खाद्य निगम तथा राज्यीय स्तर पर राज्य भण्डारण निगमों की स्थापना की गयी है। परन्तु वर्तमान कृषि उत्पादन को ध्यान में रखते हुए यह सुविधा अपर्याप्त है। अतः कृषि उपज की समुचित भण्डारण के लिए अधिकाधिक भण्डारण-गृहों की स्थापना की जानी चाहिए। भण्डार-गृहों को ग्राम पंचायत की कृषि उत्पादन एवं विपणन की क्षमता को ध्यान में रखकर भण्डारण गृहों की स्थापना की जानी चाहिए। निजी भण्डार गृहों या बड़े कृषकों को भण्डारण व्यवस्था बनाने के लिए पर्याप्त वित्तीय एवं भण्डारण से सम्बन्धित सुविधाएँ उपलब्ध करानी चाहिए।

7 परिवहन साधनों का विकास – कृषि विपणन को सुदृढ़ एवं सन्तुलित बनाने के लिए अधिकाधिक परिवहन साधनों के विकास की आवश्यकता है। कृषि विपणन से सम्बन्धित परिवहन के साधनों की व्यवस्था में ग्राम पंचायत के अन्तर्गत परिवहन की ऐसी व्यवस्था होनी चाहिए, जो स्थान के हिसाब से अनुकूल हो। कृषकों को परिवहन की व्यवस्था के विकास के लिए आर्थिक सहायता सरकार की तरफ से प्रदान की जाए। साथ ही साथ जहाँ नियमित मण्डियों को गाँव से जोड़ने वाली सड़क या मार्ग नहीं है, वहाँ सड़कों का निर्माण कराया जाय।

8 विपणन कर्मचारियों को प्रशिक्षण सुविधाएँ —कृषि विपणन व्यवस्था में बहुत सी कमियाँ कृषि विपणन से सम्बद्ध कर्मचारियों की होती हैं। अतः कृषि विपणन की इन कमियों को दूर करने के लिए कृषि विपणन कर्मचारियों को आधुनिक ढंग से होनी चाहिए। कर्मचारियों के प्रशिक्षण की व्यवस्था विकास-खण्ड स्तर पर किया जाना चाहिए। इन प्रशिक्षित कर्मचारियों को ग्राम पंचायत स्तर पर कृषकों को प्रशिक्षित करने का उत्तरदायित्व सौंपा जाना चाहिए।

9 विपणन अनुसंधान एवं सर्वेक्षण —कृषि विपणन में सुधार हेतु कृषि उपजों के विपणन से सम्बन्धित विपणन अनुसंधान एवं सर्वेक्षण किया जाना चाहिए। विपणन अनुसंधान एवं सर्वेक्षण के अन्तर्गत विभिन्न बाजार एवं मण्डियों के बाजार भाव के आधार पर वहाँ कृषि पदार्थों की माँग एवं पूर्ति से सम्बन्धित पूर्वानुमान, बाजार के भाव में उतार चढ़ाव आदि बातों की जानकारी कृषकों को ग्राम पंचायत स्तर पर होनी चाहिए।

10 कृषकों को शिक्षण एवं प्रशिक्षण — कृषि विपणन व्यवस्था को सुदृढ़ एवं अधिक लाभप्रद बनाने के लिए कृषकों को विपणन सम्बन्धी जानकारी के लिए शिक्षित एवं प्रशिक्षित किया जाय, ताकि विपणन प्रक्रिया के दौरान उनका शोषण होने से बचाया जा सके। ग्राम पंचायत स्तर पर कृषकों को शिक्षण एवं प्रशिक्षण की सुविधा प्रदान करने के लिए कम्प्यूटर, टेलीफोन, रेडियो एवं पत्रिकाएँ आदि की व्यवस्था होनी चाहिए।

11 समर्थन मूल्य का विस्तार — काफी समय से सरकार ने मूल्य समर्थन नीति अपनायी है जिसके अन्तर्गत सरकार फसल उत्पादन से पूर्व ही फसल क्रय करने का मूल्य घोषित कर देती है। परन्तु यह समर्थन मूल्य गिनी-चुनी कृषि उपजों पर ही लागू है। कृषि विपणन के विस्तार के लिए आवश्यक है कि सरकार द्वारा अधिकाधिक कृषि उपजों का समर्थन मूल्य के अन्तर्गत लाना चाहिए। जिन कृषि उपजों की देश में विपणन योग्य आधिक्य की कमी है उनको सरकार की

तरफ से विपणन के लिए अधिक से अधिक सुविधाएँ प्रदान की जाय तथा साथ ही साथ ऐसी उपजों के न्यूनतम समर्थन मूल्य अधिकाधिक रखा जाय।

12 कृषकों का संगठन — भारतीय कृषक देश के दूर-दूर स्थानों तक फैले हुए हैं एवं आर्थिक दृष्टि से पिछड़े होने के कारण प्रायः ठगे जाते हैं। अतः आवश्यक है कि कृषकों का एक ऐसा संगठन होना चाहिए जो किसानों की कृषि विपणन से सम्बन्धित समस्याओं के समाधान के लिए उचित व्यवस्था कर सके तथा साथ उनके शोषण के खिलाफ आवाज उठा सके तथा साथ ही साथ उनके शोषण के खिलाफ आवाज उठा सके। कृषकों का यह संगठन ग्राम पंचायत स्तर पर होना चाहिए। इस संगठन की देखभाल करने के लिए विकास खण्ड स्तर पर या तहसील स्तर पर भी संगठन होना चाहिए। कृषकों का केन्द्रीय संगठन जनपद स्तर पर होना चाहिए। कृषकों की विभिन्न समस्याओं को जनपद से राज्य स्तर पर जानकारी दे सके। इसी तरह राज्य स्तर पर एवं राष्ट्रीय पर संगठन की आवश्यकता है।

इस प्रकार यह कहा जा सकता है कि देश के कृषि विपणन व्यवस्था में सुधार लाने के लिए उपरोक्त उपायों को अपनाने से कृषि विपणन व्यवस्था में सुधार लाने के लिए उपरोक्त उपायों को अपनाने से कृषि विपणन प्रणाली को अधिक लाभकारी बनाया जा सकता है। परिणामस्वरूप कृषकों को उनकी उपज का उचित मूल्य प्राप्त होगा। वे अधिकाधिक कृषि उत्पादन के परिणामस्वरूप अर्थव्यवस्था में खाद्यान्नों की उपलब्धता में वृद्धि होगी एवं कुल राष्ट्रीय आय में कृषि का हिस्सा भी बढ़ेगा। उपभोक्ताओं को भी उनकी माँग एवं आवश्यकता के अनुसार कृषि वस्तुएँ उचित मूल्य पर आसानी से एवं अच्छी गुणवत्ता वाली उपलब्ध होगी।

सहकारिता आंदोलन की सामाजिक उपयोगिता निर्विवाद है। इसे निरंतर आगे बढ़ाने की जरूरत है। जहाँ तक इसके मार्ग में आने वाली बाधाओं की बात है, इन्हें दूर करना असंभव नहीं है। इसके मार्ग में आने वाली बाधाओं की बात है, इन्हें दूर करना असंभव नहीं है। जनसामान्य ज्यों-ज्यों जागरूक होता जाएगा,

सहकारिता आन्दोलन की बाधाएँ स्वयंमेव दूर होती जाएंगी। इसलिये सर्वप्रथम तो सरकारी प्रयास यह होना चाहिए कि आम आदमी को शिक्षित किया जाय।

इस आन्दोलन के विकास एवं मार्ग निर्देशन के लिए नियुक्त अधिकारी वर्ग को चुस्त-दुरुस्त करना सिर्फ नेतृत्व की इच्छाशक्ति एवं जन जागरूकता पर निर्भर है। यह उपाय तकनीक नहीं है, और इसे कहीं बाहर से आयोजित नहीं किया जा सकता। यह जनता एवं जननायकों की मानसिकता से ही उत्पन्न हो सकता है। साम्प्रदायिक एवं जातीय आधार पर सर्जित समस्याएँ भी पूर्णतया चारित्रिक यानी मानसिक हैं और इन्हें भी जनजागरूकता तथा नेतृत्वगत सदाचार के जरिए ही सुलझाया जा सकता है।

सहकारिता आन्दोलन की राह की समस्त यथार्थ एवं सम्भाव्य समस्याएँ कुछ मानवीय दुष्प्रवृत्तियों का शोधन सरल एवं दुरुह दोनों हैं। यदि हम सकल्प ले तो दुष्प्रवृत्तियों का उन्मूलन नितान्त सरल है जबकि सकल्प शक्ति के अभाव में यह उतना ही कठिन है। अस्तु, आवश्यकता इस बात की है कि हम सब ईमानदारीपूर्वक आपसी सहयोग के लिए प्रेरित हो। इसमें सदेह नहीं कि सहयोग की भावना के मौलिक होने के बावजूद व्यवहारिक जीवन में इसका प्रकाट्य दृढ चरित्र की अपेक्षा रखता है और ऐसा चरित्र उत्पन्न होने सहज नहीं है। लेकिन शिक्षा, अनवरत प्रबोधन से यह पूर्णतया संभव है और यह कार्य ऊपर से ही हो सकता है। जब तक सामाजिक नेतृत्व ऐसे चरित्र से सतृप्त होकर जन सामान्य को प्रेरित एवं प्रबोधित करने के लिए कटिबद्ध नहीं होता, तब तक सामान्य जन के भीतर सहकारी प्रवृत्ति की सम्यक, उत्पत्ति असंभव है। अतः सहकारिता आन्दोलन की सफलता एवं असफलता का दारोमदार अन्ततोगत्वा नेतृत्वगत सकल्प एवं चरित्र पर निर्भर है। इसके आलावा अन्य कोई ऐसी तकनीक उपाय नहीं है, जिसके द्वारा सहकारिता आन्दोलन जैसी चीजों को सही अर्थों में सफल बनाया जा सके।

सहकारी क्षेत्र में लोगो को सक्रिय बनने से पिछले दो शतक में सहकारी क्षेत्रों में नये परिबल और परिस्थिति का निर्माण हुआ है। इसके लिए विशेषज्ञ सलाहकार के साथ परामर्श करके निर्णय लेने की रूपरेखा तैयार करके सभी के सामने रखना अत्यंत अनिवार्य लेने के लिए आगे बढ़ना चाहिए। नेतृत्व और कार्यकर्ताओं के लिए यह एक चुनौती है, और इसका सामना करना अत्यन्त आवश्यक है। आज आराम से काम करने वाले या सप्ताह में सिर्फ एक दिन काम करने वाले कार्यकर्ताओं का समय नहीं रहा है। खुला बाजार, साहस, हाइ टेक्नोलॉजी और टेक्नोक्रेट तथा विशेषज्ञ की सेवाएँ संचालन प्रबन्धन व्यापार में अनिवार्य हैं। अब सिर्फ नाम की सहकारी संस्थाएँ चलने का कोई मतलब नहीं रहा है।

बाजार में सहकारी प्रवृत्ति को ठिकाना भारतीय समाज की जरूरत है। व्यवसायी, तालीमबद्ध, कार्यकुशल, और त्वरित निर्णय लेने की क्षमता, उच्च तकनीक इन्फोटेक्नोलॉजी प्रबन्ध व्यवस्था का सम्पूर्ण लाभ लेकर सहकारी प्रवृत्ति सिर्फ भावना, कर्तव्य एवं निष्ठा पर अब नहीं चल सकेगी। सगे-सम्बन्धी अथवा अन्य ऐसे किसी तरीके से बन-बैठे प्रबन्धक अब नहीं टिक पाएंगे। समय के साथ ताल मिलाकर जनसंचार साधनों, संचार के अद्यतन साधन और तकनीक का प्रबन्धन तथा व्यवस्था में लाभ लेने होंगे तभी खुले बाजार में तकनीकी का प्रबन्धन तथा व्यवस्था में लाभ लेने होंगे, तभी खुले बाजार में तकनीक का प्रबन्धन तथा व्यवस्था में लाभ लेने होंगे, तभी खुले बाजार में अपना अस्तित्व रख पाएंगे। चीनी तथा डेरी उद्योग, सहकारी बैंक तथा क्रेडिट सोसायटी और अन्य सहकारी संस्थाओं में अद्यतन तकनीक का उपयोग करेंगे तभी प्रगतिशील राह की ओर बढ़कर 21वीं सदी की कृषि उपज की मांग को पूर्ण कर पाएंगे।

सहकारी प्रवृत्ति का शुभारंभ से होता है। मानव सहकारी प्रवृत्ति के केन्द्र में है। लोकतांत्रिक सहकारी संस्था में सदस्यों का महत्व समझकर सदस्यों को

सहभागी बनाकर सच्चे स्वरूप में शुद्ध और सदस्यों द्वारा संचालित सहकारी संस्था बनाई जानी चाहिए। जिससे सदस्यों की भागीदारी बढ़ाने, जवाबदेही अथवा काम करने और जरूरी सेवाएं प्रदान करने में सदस्यों द्वारा संचालित सरकारी हस्तक्षेप और नियंत्रण से मुक्त स्व-जवाबदेही वाले लोकशाही सहकारी संस्थान कार्यरत होने चाहिए।

भारत में त्रि-स्तरीय सहकारी प्रवृत्ति की व्यवस्था की समस्याओं को समझना होगी। विकास और नए सहकारी कानून में कैसा परिवर्तन अनिवार्य है, उसका भी चिंतन-मनन करना होगा। सहकारी नियंत्रण को कम करने का विचार अच्छा है लेकिन फैडरेशन नए व्यवस्था तंत्र में कैसी भूमिका निभाएगा, कैसी सेवा प्रदान करेगा, कितने अधिकारी रहेंगे और विभिन्न सहकारी समितियों के आपसी सम्बन्धों को घनिष्ठ बनाकर कैसा कार्यक्रम अपनाया जाए जिससे सहकारी प्रवृत्ति की विकास की गति तेज बने, उसके बारे में विचार करना अत्यन्त आवश्यक है।

आज पूरे भारतवर्ष में सहकारी प्रवृत्ति को राजनीति से दूर करके नौकरशाही से स्वायत्तता की ओर प्रबन्ध में व्यवसायीकरण करना अनिवार्य है। लेकिन सरकारी नियंत्रण गैर जरूरी, हस्तक्षेप, नियामक मंडल या व्यवस्थापक समिति का चुनाव लोकतांत्रिक सिद्धान्तों के आधार पर होना चाहिए। वार्षिक आम सभा और बोर्ड की नियमित तौर पर बैठक होती रहे, और समितियों का अकक्षेप नियमित हो यह अत्यंत जरूरी है। सहकारी संस्थाओं के लिए केन्द्र सरकार और राज्य सरकार की नीति स्पष्ट होनी चाहिए। सहकारी संस्थान को प्रोत्साहित करना, सहायता और मार्गदर्शन प्रदान करना जरूरी है। सहकारी संस्थाओं का भविष्य उज्ज्वल बनाने के लिए उन्हें प्रदुषणरहित, परिणामोन्मुखी, स्वायत्त लोकतांत्रिक और सदस्यों द्वारा संचालित बनाना चाहिए। सहकारी प्रवृत्ति का मध्यबिन्दु लोकतंत्र ही है।

III. कार्यप्रणाली में वृद्धि से सम्बन्धित सुझाव -

सरकार ने विभिन्न योजनाओं में सहकारी विपणन के महत्व को स्वीकार किया है। यद्यपि भारत में सहकारी विपणन के क्षेत्र में पर्याप्त प्रगति नहीं हुई है, लेकिन इसका भविष्य उज्ज्वल है। वर्तमान सहकारी विपणन व्यवस्था में, अनेक कृषि विपणन संस्थाएँ सफलतापूर्वक कार्य कर रही हैं, परन्तु कृषि विपणन की आवश्यकता को देखते हुए कृषि विपणन संस्थाओं में सुधार के लिए निम्नलिखित सुझाव दिये जा रहे हैं—

1 सरकार द्वारा वित्त प्रदान करना — कृषि विपणन संस्थाओं को कृषकों से उपज खरीदने के लिए अधिकाधिक वित्त की आवश्यकता पड़ती है। ऐसे क्षेत्रों में जहाँ से संस्थाएँ खाद्यान्न वसूली के लिए सरकारी प्रतिनिधि का कार्य करती हैं, राज्य सरकारों अथवा भारतीय खाद्य निगम द्वारा बिल प्रदान किया जाना चाहिए। रिजर्व बैंक को भी इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि राज्य सरकारों अथवा खाद्य निगमों को इसके लिए पर्याप्त धन मिल रहा है या नहीं, तभी वे विपणन संस्थाओं को पर्याप्त वित्त प्रदान कर पायेंगे।

2 ऋण प्राप्ति व्यवस्था को सरल बनाना — सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं को भारतीय स्टेट बैंक से वित्तीय सहायता मिलती है। इसके लिए इन संस्थाओं को सहकारी समितियों के पंजीयक और सहकारी वित्त एजेंसी से स्वीकृति प्राप्त करनी होती है। इनसे वित्त प्राप्त करने में अनावश्यक विलम्ब हो जाता है। इसको दूर करने के लिए राज्य सरकार की सामान्य स्वीकृति के आधार पर स्टेट बैंक से ऋण लेने की व्यवस्था की जानी चाहिए, ताकि अनावश्यक विलम्ब को दूर किया जा सके।

3 व्यापारिक क्षेत्र का निर्धारण — सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं की स्थापना मण्डियों एवं बाजारों के निकट होनी चाहिए, ताकि विपणन योग्य आधिक्य की उपलब्धता आसानी से हो सके। इन विपणन संस्थाओं के कार्यक्षेत्र का निर्धारण

प्रशासनिक आधार पर न होकर व्यापारिक आधार पर होना चाहिए। इससे सभी विपणन सस्थाओं को कृषि उपज के लिए पर्याप्त व्यवसाय मिल सकेगा तथा ये सस्थाएँ अधिकाधिक सदस्यों को कृषिगत सेवाएँ उपलब्ध करवा सकेंगी।

4 साख को विपणन से जोड़ना – वर्तमान में 88 प्रतिशत कृषि सहकारी समितियाँ कृषि विपणन समितियों के साथ मिलकर कार्य कर रही हैं। विपणन ढाँचे में इनकी सम्पूर्ण भागीदारी सुनिश्चित होनी चाहिए। भारत में कृषि विपणन व्यवस्था के उचित विकास के लिए प्राथमिक समिति द्वारा दिये जाने वाले ऋण के साथ एक शर्त यह भी होनी चाहिए कि प्रत्येक सदस्य अपनी कृषि उपज के बिक्री योग्य अतिरिक्त विपणन सस्था के माध्यम से ही बेचा जाय। फसल के बन्धक पर दिये जाने वाले ऋण की व्यवस्था से ही बेचा जाय। फसल के बन्धक पर दिये जाने वाले ऋण की व्यवस्था उस समय तक प्रभावकारी नहीं होगी जब तक कि उसको सहकारी विपणन सस्था से नहीं जोड़ा जायेगा। प्राथमिक साख समितियों को सहकारी विपणन सस्था के एजेन्ड के रूप में काम करना चाहिए, उसे सदस्यों की उपज एकत्र करनी चाहिए तथा एकत्रित उपज विपणन सस्थाओं तक भेजने की व्यवस्था करनी चाहिए।

5 उपज के विधायन की व्यवस्था – कृषि विपणन सस्थाओं में कृषि उपज के विधायन की व्यवस्था नहीं होती है। अतः कृषि उपजों की व्यावसायिक प्रक्रिया में अधिकाधिक भागीदारी के लिए सहकारी विपणन सस्थाओं में उपज के विधायन की व्यवस्था होनी चाहिए, उपज के विधायन की व्यवस्था के उपरान्त ही ये सस्थाएँ विधायन योग्य उपजों का क्रय कर सकेंगी। साथ कृषि वस्तुओं को विभिन्न श्रेणियों में बाँटने की भी व्यवस्था करनी चाहिए।

6 भण्डारण व्यवस्था – प्राथमिक विपणन सस्थाओं की विपणन व्यवस्था के कुशल संचालन के लिए यह आवश्यक है कि उनके पास मण्डियों के निकट कम 200 से 250 मीट्रिक टन खाद्यान्न रखने की क्षमता वाले गोदाम हों। रेलवे स्टेशनों

के निकट सीमावर्ती बाजारों में तो इससे अधिक क्षमता वाले गोदाम हों। रेलवे स्टेशनों के निकट सीमावर्ती बाजारों में तो इससे अधिक क्षमता वाले गोदामों की आवश्यकता है। ग्राम-स्तर पर ग्राम सहकारी खाद्य अथवा सेवा समितियों को भी 50 से 100 मीट्रिक टन खाद्यान्न रखने की क्षमता वाले गोदामों की व्यवस्था करनी चाहिए। विभिन्न संस्थाएँ सहकारी समितियों को भण्डार-क्षमता में वृद्धि के लिए गोदाम निर्माण एवं विस्तार के लिए सहायता दे रही हैं, परन्तु वर्तमान आवश्यकता को देखते हुए यह सहायता अपर्याप्त है। अतः इस सहायता में वृद्धि करनी चाहिए।

7 सट्टे के व्यवसाय पर रोक – सहकारी कृषि विपणन संस्थाओं को सट्टे की भावना से कार्य नहीं करना चाहिए। यदि संस्थाएँ मूल्य वृद्धि की आशा में सदस्यों की उपज लम्बे समय तक रोक रखती हैं तो इससे हानि हो सकती है। अतः उन्हें उचित मूल्य मिलने पर सदस्यों की उपज को बेच देना चाहिए।

8 कुशल कर्मचारियों की व्यवस्था – किसी भी संस्था की सफलता उसके कर्मचारियों की योग्यता, कुशलता, अनुभवी कर्मचारियों एवं प्रबन्धकों पर निर्भर करती है। इनके वेतन, भत्ते एवं अन्य प्रदत्त सुविधाएँ कम होने से योग्य व्यक्ति सहकारी विपणन सेवाओं में नहीं आना चाहते हैं। अतः योग्य एवं कुशल व्यक्तियों की सेवा लेने तथा आकर्षित करने के लिए सामान्य प्रबन्धकीय पदों का निर्माण करना चाहिए तथा अधिकारियों एवं कर्मचारियों के लिए कृषि विपणन से सम्बन्धित क्रियाओं के लिए शिक्षण एवं प्रशिक्षण की व्यवस्था करनी चाहिए। इस सम्बन्ध में राष्ट्रीय सहकारी विकास निगम को शीर्ष विपणन संस्थाओं को इस उद्देश्य की पूर्ति के लिए लगातार सहायता देनी चाहिए ताकि योग्य व्यक्तियों की सेवाएँ ली जा सकें एवं कृषि विपणन संस्थाओं में अधिकतम कुशलता से विपणन क्रियाएँ सम्पन्न हो सकें।

9 अशर्पूजी में वृद्धि – कृषि विपणन संस्थाओं को अपनी वित्तीय स्थिति सुदृढ़ करने के लिए अपनी वर्तमान अशर्पूजी में आवश्यकतानुसार वृद्धि करना

चाहिए। इससे विपणन सस्थाओं को दायित्व रहित पूँजी प्राप्त हो जायेगी और विपणन सस्थाओं को ऋण व्यवस्था पर निर्भरता कम होगी, जिससे इन सस्थाओं द्वारा ब्याज के रूप में भुगतान की जाने वाली धनराशि में कमी आयेगी। परिणामस्वरूप सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं द्वारा कार्यप्रणाली सम्पन्न करने में आसानी होगी।

10 भारतीय स्टेट बैंक का सहयोग – भारत में सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं की धीमी प्रगति का मुख्य कारण वित्तीय साधनों का अभाव रहा है। भारतीय स्टेट बैंक प्राथमिक विपणन सस्थाओं को उनकी आवश्यकतानुसार प्राथमिकता के आधार पर ऋण प्रदान कर सकता है। अतः स्टेट बैंक द्वारा सहकारी विपणन सस्थाओं को अधिकाधिक वित्तीय सहायता देनी चाहिए।

11. रिजर्व बैंक द्वारा वित्तीय व्यवस्था – विपणन सस्थाओं को रिजर्व बैंक तथा स्टेट बैंक द्वारा वित्तीय सहायता दी जाती है। परन्तु विपणन सस्थाओं के विकास एवं विस्तार के लिए रिजर्व बैंक को चाहिए कि वह अपने अतिरिक्त साधनों के कृषि विपणन के विकास के लिए सस्ता ऋण उपलब्ध कराये ताकि स्टेट बैंक विपणन सस्थाओं को अधिकाधिक आर्थिक सहायता दे सके।

12 व्यापारियों की सदस्यता पर रोक – सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं को उत्पादक व्यापारियों को अपनी सदस्यता नहीं प्रदान करनी चाहिए। क्योंकि व्यापारिक वर्ग प्रायः अपने प्रभाव का गलत इस्तेमाल करके अपना प्रभुत्व इन विपणन सस्थाओं पर जमाना चाहते हैं। अतः विपणन सस्थाओं में केवल कृषकों को ही सदस्य बनाया जाना चाहिए।

13 सहकारी अधिनियम में संशोधन – सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं के व्यवसायिक कारोबार में वृद्धि करने के लिए यह आवश्यक है कि सहकारी अधिनियम में यह संशोधन किया जाय कि प्रत्येक सदस्य अपनी उपज का एक निश्चित (कम से कम दो) वर्षों तक इन विपणन सस्थाओं के माध्यम से विक्रय

करेगा। यदि कोई सदस्य इसका पालन नहीं करता है तो इसके लिए उचित दण्ड की भी व्यवस्था की जानी चाहिए।

14 साख एव विपणन सस्थाओं के कार्यों का विभाजन – साख सस्थाओं एव विपणन सस्थाओं के कार्यों का स्पष्ट विभाजन होना चाहिए। साख सस्थाओं उत्पादक ऋण देने के लिए उत्तरदायी होनी चाहिए। जबकि विपणन सस्थाओं को केवल फसल की जमानत पर ही ऋण देना चाहिए। विपणन सस्थाओं को खुले बाजार से वस्तुएँ नहीं खरीदनी चाहिए। वास्तव में ये साख सस्थाओं के ऋणों की वसूली करने वाली सस्था के रूप में कार्य कर सकती हैं। साख सस्थाएँ के एजेंट के रूप में अस्थायी रूप से उपज का संग्रह कर सकती हैं।

15 अधिक उपभोक्ता वस्तुओं की बिक्री – सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं द्वारा वर्तमान में जिन उपभोक्ता वस्तुओं की बिक्री की जाती है, वे बिल्कुल अपर्याप्त हैं। अतः सहकारी कृषि विपणन सस्थाओं में अधिक से अधिक उपभोक्ता वस्तुओं की बिक्री की व्यवस्था की जाय जो उत्तम गुणवत्ता वाली हो। इलाहाबाद मण्डल के सम्बन्ध में सर्वेक्षण किये गये 400 कृषकों में से 69.5 प्रतिशत कृषकों का सुझावों को अपनाने से सहकारी कृषि विपणन में सहकारी सस्थाओं के विस्तार एवं विकास में मदद मिलेगी, इससे कृषकों को अधिकतम लाभ होगा एवं विपणन योग्य आधिक्य में वृद्धि होगी।

IV. वाह्य हस्तक्षेप समाप्त करने सम्बन्धी सुझाव –

भारत में सहकारिता का प्रादुर्भाव एवं विकास एक विशेष नीति के अन्तर्गत न होकर एक कार्यक्रम के रूप में हुआ है। अपेक्षा यही रही है कि सहकारिता का सस्थागत प्रयास उसके सदस्यों के आर्थिक एवं सामाजिक विकास में भागीदारी बने चूँकि सहकारिता शासकीय पहल पर हुई और स्वतंत्रता प्राप्ति के उपरांत योजनाओं में इसे महत्वपूर्ण स्थान दिया गया, विशेष रूप से ग्रामीण क्षेत्रों के विकास में सरकार की भूमिका स्वतंत्रता प्राप्ति के उपरांत सतत महत्वपूर्ण होती

गई। परिणामतः शासन द्वारा सहकारिता के विकास की योजना बनाना, उसे क्रियान्वित करना, सहकारी सस्थाओं पर पूर्ण अकुश एव नियन्त्रण रखना और क्रियान्वित करना, सहकारी सस्थाओं को सभी स्तर की सहकारी समितियों पर मुख्य कार्यकारी/प्रशासक नियुक्त करना आदि सहकारिता के प्रति राज्य की मुख्य भूमिका बन गई। लिहाजा जनतंत्र पर आधारित, लोकतांत्रिक प्रणाली एव स्वायत्तता तथा सदस्यों की पूर्ण भागीदारी मात्र सहकारिता के मूल विचार से निकल गई और सहकारी सस्थाएँ आम जनता की दृष्टि में सहकारिता न रहकर सरकारी सस्थाएँ बन गईं। बस यही से सहकारिता में स्वायत्तता लिप्त होती चली गई।

अंतर्राष्ट्रीय सहकारी परिसंघ द्वारा सन् 1995 में इंग्लैण्ड में आयोजित अंतर्राष्ट्रीय सहकारी कांग्रेस ने पुनः एक बार सहकारी समिति को परिभाषित करते हुए सहकारिता की संस्थागत स्वायत्तता की ओर ध्यान आकृष्ट कर स्पष्टतया इंगित किया कि सहकारी संस्था व्यक्तियों की एक ऐसी संस्था है, जो संयुक्त स्वामित्व वाले और लोकतंत्रीय आधार पर नियंत्रित उद्यम के जरिये अपनी सामान्य आर्थिक, सामाजिक और सांस्कृतिक आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए स्वेच्छा से एक जुट होते हैं। इस प्रकार सहकारी संस्था पूर्णरूपेण एक स्वायत्त संस्था है। स्वायत्तता विहीन सहकारी संस्था किसी भी परिस्थिति में वैचारिक दृष्टिकोण से सहकारी समिति कहलाने का अधिकार नहीं रखती है।

सहकारी संस्थाओं में "स्वायत्तता और स्वतंत्रता" को सहकारिता के एक सिद्धान्त के रूप में परिभाषित करते हुए स्पष्ट किया जा सकता है कि सहकारी संस्था अपने सदस्यों द्वारा नियंत्रित एवं स्वावलंबी संस्थाएँ होती हैं। यदि वे सरकार सहित अन्य संगठनों के साथ कोई करार करती हैं या किसी भी प्रकार से सहभागिता रखती हैं तो वे ऐसा उन शर्तों पर करती हैं जिनमें उनके सदस्यों द्वारा प्रजातांत्रिक नियंत्रण सुनिश्चित होता हो और स्वायत्तता भी बनी रहती हो।

सहकारी सस्थाओं में यदि सदस्य अपने और अधिकारों के निर्वहन से वंचित रहते हैं, तो उसकी स्वायत्तता भंग होती है। सहकारी सस्थाएँ सदस्यों पर वंचित रहते हैं, तो उसकी स्वायत्तता भंग होती है। सहकारी सस्थाएँ सदस्यों पर आधारित होती हैं। इनका गठन सदस्यों की आवश्यकताओं एवं आकांक्षाओं को पूरा करने के उद्देश्य से किया जाता है। सदस्य ही इसका स्वामित्व रखते हैं। इन सस्थाओं के प्रजातांत्रिक स्वरूप को बनाये रखने के लिए पदाधिकारियों का चुनाव भी समय पर प्रजातांत्रिक प्रणाली के आधार पर हो, ऐसी परिकल्पना रही है।

भारत के सहकारी आन्दोलन में सहकारी सस्थाओं को अधिक से अधिक स्वायत्तता सदैव चर्चा का विषय रहा है क्योंकि सहकारी कानून के प्रावधानों ने इस विचार को ही कुठित कर दिया है। राज्य सरकारों द्वारा इसी कानून के माध्यम से समय-समय पर सहकारी सस्थाओं में हस्तक्षेप किया जाता रहा है, जिनमें प्रमुख हैं— निर्वाचित सहकारी संचालक मण्डलों का भग करना एवं शासकीय कर्मचारी को प्रशासक नियुक्त करना। सहकारी सस्थाओं के उपनियमों में जो कि समिति की आन्तरिक कार्यप्रणाली को संचालित करते हैं, सस्थाओं द्वारा व्यवसायिक निर्णयों के क्रियान्वयन से रोकने का अधिकार विशेष अकेक्षण के प्रावधानों के कारण प्रादेशिक सरकारें सत्ता सभालते ही प्रदेश की सहकारी सस्थाओं को भग कर देती हैं। सहकारिता, स्वायत्तता के विचार की सहकारी सस्थाओं को भग कर देती है। सहकारिता, स्वायत्तता के विचार को यहाँ तक प्रतिपादित करता है कि यदि किसी सस्था को किन्हीं परिस्थितियों में भी भग करना पड़े तो उनमें सैद्धान्तिक दृष्टि से सघीय सस्था को कार्यभार सौंपा जाना एक निश्चित अवधि के उपरान्त चुने हुए प्रतिनिधियों को पुनः कार्यभार सौंप देना चाहिए। कुछ राज्यों ने तो सहकारिता में स्वायत्तता को तिलाजलि देकर अपनी राजनैतिक आकांक्षाओं को भी सहकारिता पर हावी किया है। उदाहरणार्थ उत्तर प्रदेश राज्य में तो कानून के जरिये निर्वाचित पदाधिकारियों के पांच साल के कार्यकाल को तीन साल कर दिया गया, ताकि विपक्ष के लोगों को सहकारिता के प्रबन्ध से हटाया जा सके। इस प्रकार का

आचरण सहकारिता में स्वायत्ता पर सरकार की इच्छा शक्ति के अभाव एवं उसके राजनीतिकरण को ही दर्शाता है।

सहकारी सस्थाओं में स्वायत्तता का अभाव —

सहकारी सस्थाएँ राज्य के सहकारी कानून के अन्तर्गत गठित होकर कार्य करती हैं। हमारे देश के प्रायः सभी राज्यों में सहकारी कानून सहकारी सस्थाओं को कार्य करने की पूर्ण स्वायत्तता नहीं प्रदान करते हैं। निर्वाचित प्रतिनिधियों को स्वतंत्र रूप से कार्य करने में बाधक बनकर दिन-प्रतिदिन के कार्यों पर भी सरकारी तंत्र का नियंत्रण रहता है। सहकारी कानून के प्रावधानों का लाभ उठाकर शासन करने वाली राजनीतिक पार्टी नियमों का दुरुपयोग करती है। जब तक अप्रजातांत्रिक प्रावधानों को सहकारी कानून से नहीं हटाया जाएगा, तब तक सहकारी सस्थाएँ विकसित नहीं होंगी और सदस्यों को अपने प्रयासों द्वारा सस्था के माध्यम से विकास करने का विश्वास हट जाएगा।

स्वायत्तता में बाधक—सहकारी कानून—सहकारिता में स्वायत्तता के न पनपने का मूल कारण राज्यों के सहकारी विधानों के प्रतिबन्धात्मक प्रावधान ही हैं। जिनमें पञ्जीयक, सहकारी विपणन सस्थाओं को पूर्ण नियंत्रण में रखने के अधिकार दिए गए हैं। शासकीय अधिकारियों को ब्रह्मा, विष्णु एवं महेश बनाकर शासन ने सहकारिताओं को अपने निर्देश में चलने वाली सस्थाओं का स्वरूप दे दिया। और सदस्यों की भूमिका को केवल लाभार्थी तक ही सीमित कर दिया। अतः सहकारिता दर्शन के चिन्तकों ने स्वतंत्रता के उपरान्त 'सहकारी कानून' को लेकर इसमें आमूलचूल परिवर्तन के विचार के विभिन्न कमेटियों/विशेषज्ञ समूहों के माध्यम से प्रस्तुत किया है। इसी आशय के प्रथम प्रयास के अन्तर्गत सन् 1956 में अपना प्रतिवेदन भारत सरकार को प्रस्तुत किया जिसके अन्तर्गत एक आदर्श सरकार ने सभी राज्यों को अपने सहकारी अधिनियम में संशोधन करने का सुझाव दिया जो

राजा कमेटी द्वारा दिए गए थे। लेकिन केन्द्र सरकार का यह प्रयास असफल सा ही रहा है।

सहकारिता पर गठित मिर्धा कमेटी (1965) ने भी अपनी सतुतियों द्वारा सहकारिता के मूल सिद्धान्तों की ओर ध्यान आकृष्ट किया और सहकारिता के जनतात्रिक स्वरूप एवं स्वायत्तता पर सहकारी कानून में सशोधन के प्रस्ताव रखे। इस रिपोर्ट के प्राप्त होने के बाद देश के सभी राज्यों में सहकारी कानून को लेकर चर्चाएं हुईं, पर बदलाव लाने में विशेष प्रगति नहीं हो पाई।

सन् 1987 में गठित के.एन. अर्द्धनारीश्वन कमेटी ने भी अपनी रिपोर्ट में स्पष्टतया इंगित किया कि सहकारी विधानों में से उन प्रावधानों को हटाया जाना चाहिए जो कि सहकारिता के जनतात्रिक स्वरूप एवं स्वायत्तता के विकास में बाधक हैं तथा पजीयक के अधिकारों में भी कटौती हो जिससे कि उसकी सकारात्मक भूमिका विकसित हो न कि उसके द्वारा नकारात्मक प्रावधानों का उपयोग हो। सहकारी संस्थाएँ की व्यावसायिक क्षमता और स्वायत्तता विकसित हो, इसके लिए सघीय सहकारी संस्थाओं को अधिक अधिकार सम्पन्न बनाने पर बल दिया गया। सभी विशेषज्ञ समितियों की सतुतियों के बावजूद भी सरकार की इच्छाशक्ति के अभाव में सहकारी विधानों में वांछित बदलाव नहीं आ पाए।

सब परिस्थितियों को ध्यान में रखते हुए योजना आयोग ने चौधरी ब्रह्मप्रकाश की अध्यक्षता में मार्च 1990 में एक समिति का गठन किया जिसका मुख्य बिन्दु 'एक आदर्श राज्य सहकारी बिल' प्रस्तुत करना था। इस समिति ने मई 1991 में अपना प्रतिवेदन योजना आयोग को प्रस्तुत कर दिया। इसके आधार पर एक आदर्श सहकारी अधिनियम बनाकर समस्त राज्यों को प्रेषित किया गया। इससे यह अपेक्षा की गई कि विभिन्न राज्य सरकारें इसे पारित कर लागू करेंगी। मुख्य बात यह है कि सहकारी कानून सहकारिताओं के लोकतात्रिक स्वरूप को विकसित करने

मे सहायक हो, न कि बाधक और समस्त शक्ति का केन्द्र 'पजीयक' के स्थान पर "सदस्यो" का हो।

स्वायत्तता लाने हेतु विभिन्न राज्यों में उठाए गए कदम -

आन्ध्र प्रदेश ने इस दिशा में महत्वपूर्ण कदम उठाकर 'आन्ध्र प्रदेश म्यूचअली एडेड सहकारी कानून 1995' पारित किया है। इसके अंतर्गत पजीयक को मात्र एक रबर स्टेम्प बना दिया गया है, एव सहकारिताओं को सरकारीकरण से मुक्त रखा गया है तथा राज्य सरकार की हिस्सा पूँजी पर पूर्ण प्रतिबन्ध लगा दिया गया है। इस कानून के अंतर्गत नगर सस्थाए कार्य करना चाहती हैं तो उन्हें अपने आर्थिक साधन स्वयं जुटाने होंगे। इस कानून के तहत अगर कोई वर्तमान में कार्यरत सहकारी सस्था आना चाहती है और पजीयक के नियन्त्रण से बाहर रहकर संगठन के रूप में कार्य करना चाहती है तो उसे राज्य से मिले अशदान को वापस करना होगा।

राजस्थान राज्य में भी वर्तमान सहकारी कानून 1965 की धारा 139 का उपयोग कर दो अध्यादेशों द्वारा समान्तर अधिनियम के माध्यम से आत्म-निर्भर सहकारिताओं को 11 अक्टूबर 1995 से उन्मुक्तता प्रदान की गयी। राज्य सरकार द्वारा जिन सहकारी सस्थाओं में हिस्सा राशि, ऋण या ऋण पर गारण्टी नहीं है, उन्हें अपने कार्यकलापों के लिए स्वायत्तता दी गई। इस प्रकार की उन्मुक्त सहकारी में मुख्य रूप से, जो कृषि एव उससे सम्बद्ध है, प्राथमिक सहकारी भण्डार, क्रय-विक्रय सहकारी समितियाँ, बचत, एव साख सहकारी समितियाँ, कृषि माल संचार इकाइयाँ, तिलहन उत्पादक सहकारी समितियाँ तथा इसी प्रकार की अन्य सहकारी सस्थाएँ सम्मिलित हैं। जिनमें राजकीय विनियोजन नहीं है पर राज्य सहकारी बैंक, राज्य सहकारी भूमि विकास बैंक, केन्द्रीय सहकारी बैंक, प्राथमिक सहकारी भूमि विकास बैंक, तथा ग्रामीण क्षेत्र में कार्यरत लेम्पास को नये प्रावधानों

के अतर्गत स्वायत्तता की श्रेणी में नहीं रखा गया है और इन सब पर वर्तमान सहकारी कानून की समस्त धाराओं का प्रभाव पूर्ववत् कायम रहेगा।

राज्यों में इस प्रकार से उन्मुक्त सहकारी संस्थाएँ अपना संचालन सदस्यों द्वारा चुने हुए संचालक मण्डल द्वारा करेगी, तथा ऐसी उन्मुक्तता प्राप्त सहकारी संस्थाओं में पंजीयक सहकारिता में किसी प्रकार का हस्तक्षेप नहीं करेगा। स्वायत्तता में आने वाली सहकारी संस्थाएँ अपना अकेक्षण, और चुनाव स्वयं कराएंगी। एव व्यापारिक स्थिति को सुदृढ़ करने के लिए आर्थिक साधन स्वयं जुटाएंगी। स्वायत्तता की परिधि में आने वाली सहकारी संस्थाएँ अपने उप-नियमों में सशोधन करने, एक को दूसरी में मिलाने या विभाजन करने, सदस्यता प्राप्त करने, संस्थाओं में कर्मचारियों की नियुक्ति और उन पर नियंत्रण रखने सहयोगी सदस्य बनाने, ऋण वितरण तथा अन्य प्रदेशों में भी व्यवसाय करने की स्वतंत्रता दी गई है। अब उन्मुक्तता में यदि हानि होती है, तो उसकी जिम्मेदारी संचालक मण्डल पर होगी तथा सदस्यों को वहन करनी होगी, और इसका निर्धारण भी संस्था द्वारा ही किया जाएगा। इस तरह की सहकारी संस्थाओं में राज्य सरकार द्वारा प्रशासक नहीं लगाया जा सकेगा।

स्वायत्तता की श्रेणी में आने वाली संस्थाएँ उप-नियमों के साथ पंजीयन के लिए आवेदन करेगी तथा पंजीयन अधिकतम 60 दिवस की अवधि में कर दिया जाएगा। वर्तमान में कार्यरत सहकारी संस्थाओं को स्वायत्त होने के लिए आम सभा में दो तिहाई बहुमत से एक प्रस्ताव पारित करना होगा। ऐसी अपेक्षा है कि स्वायत्तता-प्राप्त सहकारी संस्थाएँ अपने सदस्यों का अधिक सक्रियता की ओर ले जा सकेगी और संस्था को आत्मनिर्भर बनाकर स्वचालित संगठन का स्वरूप प्रदान कर सकेगी।

आन्ध्र प्रदेश और राजस्थान में समान्तर अधिनियम के माध्यम से सहकारिताओं को जो स्वायत्तता प्रदान की गई है, उसी को ध्यान में रखते हुए

बिहार, मध्यप्रदेश, तमिलनाडु, जम्मू कश्मीर, दिल्ली आदि राज्यों ने भी स्वायत्तता सम्बन्धी अधिनियम पारित कर सहकारी सस्थाओं को शासकीय नियंत्रण से निकालने का प्रयास करने हुये आर्थिक विकास में सदस्यों की भागीदारी सुनिश्चित करने हेतु कदम उठाए होंगे। इस प्रकार के प्रयासों को सहकारिता के क्षेत्र में आशा एवं विश्वास के साथ देखा जा रहा है, और यह भी आशा है कि समस्त राज्यों के सहकारी विधानों में स्वायत्तता को लक्ष्य रखकर द्वारा आदर्श सहकारी अधिनियम के अनुरूप परिवर्तन की प्रक्रिया प्रारम्भ होगी। सहकारी कानून में आमूल-चूल परिवर्तन के साथ स्वायत्तता को प्रतिस्थापित कर शासन को मित्र, दार्शनिक और मार्गदर्शक की भूमिका निभाने पर ही सहकारी आन्दोलन जन-आन्दोलन का स्वरूप ले सकेगा और सदस्यों के स्वयं एवं सामूहिक प्रयासों द्वारा सामाजिक और आर्थिक विकास में सहकारिता की सार्थक भूमिका विकसित हो सकेगी और वर्तमान में दृष्टिगत सहकारिता की विसंगतियाँ दूर हो सकेगी। जिस प्रकार स्वतंत्रता प्रत्येक व्यक्ति का जन्म सिद्ध अधिकार है, ठीक उसी प्रकार “स्वायत्तता” सहकारिता की अपरिहार्यता है।

परिशिष्ट

- ▶ एक
- ▶ दो

इलाहाबाद विश्वविद्यालय, इलाहाबाद के डी० फिल० उपाधि प्राप्त हेतु “कृषि विपणन में सहकारी संस्थाओं के योगदान का मूल्यांकन” (इलाहाबाद मंडल के सदस्य में) —

सहकारी संस्थाओं का मूल्यांकन

निर्देशक— डा० अजनी कुमार मालवीय

- 1 परिचय

संस्था का नाम
विकास खण्ड जनपद
पंजीयन वर्ष पंजीयन संख्या
- 2 सदस्य संख्या

व्यक्तियों की
गांवों की
- 3 पूँजी

सदस्यों के माध्यम से
बाह्य संस्थाओं के माध्यम से
जनता के माध्यम से
- 4 अनुदान

सरकार द्वारा
संस्थाओं द्वारा
जनता द्वारा
- 5 प्रदत्त — वित्तीय/गैर— वित्तीय सुविधायें

(अ) वित्तीय सुविधाएँ—

निक्षेप—	अल्प—कालीन	सदस्यों को
		गैर—सदस्यों को
	मध्यम—कालीन	सदस्यों को
		गैर—सदस्यों को
	दीर्घ—कालीन	सदस्यों को
		गैर—सदस्यों को

ऋण वितरण— अल्प—कालीन	सदस्यों को
	गैर—सदस्यों को
मध्यम—कालीन	सदस्यों को
	गैर—सदस्यों को
दीर्घ—कालीन	सदस्यों को
	गैर—सदस्यों को

ऋण पर व्याज की दर (प्रतिशत में)
ऋण देने का उद्देश्य

(ब) गैर—वित्तीय सुविधाएँ —

बीमा —

मूल्य समर्थन योजना —

सहकारी शिक्षा एवं प्रशिक्षण की सुविधा —

किसान क्रेडिट कार्ड की सुविधा —

6 कृषि विपणन —

(अ) कृषि आगतों के क्रय का स्रोत —

प्रत्यक्ष क्रय —

अप्रत्यक्ष क्रय —

एजेंट द्वारा क्रय —

(ब) कृषि आगतों का विक्रय —

खाद— सदस्यों को —

गैर—सदस्यों को —

बीज — सदस्यों को —

गैर—सदस्यों को —

कृषि उपकरण, रसायन एवं

कीटनाशक दवाओं का वितरण —

सदस्यों को—

गैर—सदस्यों को—

(स) कृषि आगतों का विपणन —

1. क्रय — सदस्यों को
गैर—सदस्यों को

2. विक्रय — सदस्यों को
गैर—सदस्यों को

(द) उपभोक्ता वस्तुओं का विपणन —

सदस्यों को

गैर-सदस्यों को

7 ऋणों की वसूली —

अल्प-कालीन —

सदस्यों को

गैर-सदस्यों को

मध्यम-कालीन —

सदस्यों को

गैर-सदस्यों को

दीर्घ-कालीन —

सदस्यों को

गैर-सदस्यों को

8 कार्य-निष्पादन —

लाभ- (रूपये में)

हानि- (रूपये में)

लाभांश का वितरण (प्रतिशत में)

गैर-निष्पादित सम्पत्तियाँ

9 लाभांश वितरण —

नकद में—

अंशों में—

वस्तुओं में—

10. समस्याएँ —

11 सुझाव —

मैं यह घोषणा करता हूँ कि आप के द्वारा प्रदत्त समस्त सूचनाएँ पूर्णतया गोपनीय रखी जाएंगी तथा उसका प्रयोग केवल अपने शोध कार्य के लिए ही करूँगा।

सुरेन्द्र प्रताप सिंह
सुरेन्द्र प्रताप सिंह

(शोध छात्र)

इलाहाबाद विश्वविद्यालय, इलाहाबाद के डी० फिल० उपाधि प्राप्त हेतु "कृषि विपणन में सहकारी संस्थाओं के योगदान का मूल्यांकन" (इलाहाबाद मंडल के विशेष सदर्भ में) —

कृषकों का मूल्यांकन

निर्देशक— डा० अजनी कुमार मालवीय

1 परिचय —

व्यक्ति का नाम —	.	सदस्य/गैर-सदस्य	.	.	.
संस्था का नाम —
ग्राम का नाम —	.	विकास खण्ड	.	.	.
जनपद —

2 प्रदत्त पूँजी —	नकद के रूप में
	अश के रूप में

3. प्राप्त सुविधाएँ —

(अ) वित्तीय सुविधाएँ —

1 ऋण की सुविधा —

ऋण अल्पकालीन —	.	.
मध्यमकालीन —	.	..
दीर्घ कालीन —	.	.

2 ऋण लेने का उद्देश्य —
-------------------------	---	----	---	---	----

(ब) गैर वित्तीय सुविधाएँ —

किसान क्रेडिट कार्ड	.	.	.
दुर्घटना बीमा
फसल बीमा	.	.	.
मूल्य समर्थन योजना

(स) कृषिगत सुविधाएँ — खाद	—	नकद	.	उधार
---------------------------	---	-----	---	------

बीज	—	नकद	..	उधार
-----	---	-----	----	------

कृषि उपकरण एवं कीटनाशक दवाएँ	—	नकद	..	उधार
------------------------------	---	-----	----	------

4 कृषिगत उत्पत्ति का विपणन —

रबी की फसल	.	.	.
खरीफ की फसल	.	.	.

जायद की फसल

5 उपभोक्ता वस्तुओं की प्राप्ति —

6. प्राप्त ऋण के भुगतान का माध्यम —

अल्पकालीन

मध्यमकालीन

दीर्घकालीन

7 ऋण भुगतान का तरीका —नकद के रूप में

वस्तुओं के रूप में

8. प्राप्त लाभांश — नकद के रूप में

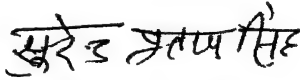
वस्तुओं के रूप में

अंशों के रूप में

9. समस्याएं —

10 सुझाव —

मैं यह घोषणा करता हूँ कि आप के द्वारा प्रदत्त समस्त सूचनाएँ पूर्णतया गोपनीय रखी जाएंगी तथा उसका प्रयोग केवल अपने शोध कार्य के लिए ही करूँगा।


सुरेन्द्र प्रताप सिंह

(शोध छात्र)

संदर्भिका

- ▶ पुस्तके
- ▶ पत्रिकाएं व जर्नल
- ▶ समाचार पत्र

पुस्तके

रुद्रदत्त, के०पी०एम० सुन्दरम	भारतीय अर्थव्यवस्था, एस० चन्द एण्ड कम्पनी लिमिटेड रामनगर, नई दिल्ली, 1998
मिश्र जे०पी०	भारतीय अर्थव्यवस्था मिश्रा ट्रेडिंग कारपोरेशन वाराणसी-2002
मामोरिया, डा० चतुर्भुज	साहित्य भवन आगरा, 1998
माथुर, डा० बी०सी०	साहित्य भवन आगरा, 2001
गुप्ता बी०पी०	रमेश बुक डिपो, जयपुर, 2001
इटरनेशनल कोआपरेटिव एलाइन्स	‘रीडिंग इन कन्ज्यूमर कोआपरेशन, एशिया पब्लिशिंग हाउस, मुम्बई, 1992।
कुम्भट, जे०आर० एव अग्रवाल, जी०सी०	विपणन प्रबन्ध, किताब महल इलाहाबाद, 1999
गुप्ता, के०आर०	वर्किंग ऑफ स्टेट ट्रेडिंग इन इण्डिया, एस० चन्द एण्ड कम्पनी प्राइवेट लिमिटेड, नई दिल्ली, 1985
कोटलर फिलिप	मार्केटिंग मैनेजमेन्ट,

जैन, पी०सी०	प्रिटिस हाल आफ इण्डिया, नई दिल्ली, 1999 मार्केटिंग रिसर्च मैनेजमेन्ट, रमेश बुक डिपो, जयपुर, 1998
द्विवेदी, एम०एल०	गवर्नमेन्ट एण्ड बिजनेस
देसाई, एस०एस०एन०	इकोनामिक हिस्ट्री ऑफ इण्डिया
फिक्स, जार्ज	मार्केटिंग सिस्टम एण्ड इन्ट्रोडक्टरी एनालिसिस, हार्पर एण्ड रो, न्यूयार्क, 1987
बुश, जेबाकर जायेल वी०हेन्स	मार्केटिंग चैनैल्स एण्ड डिस्ट्रीब्यूशन रीडिंग आन डिस्ट्रीब्यूशन
निलन्गधम एस०	मार्केटिंग मैनेजमेन्ट एण्ड इण्डियन इकोनामी – 1998
ममोरिया, सी०वी० जोशी, आर०एल०	प्रिंसिपल एण्ड प्रेक्टिस आफ मार्केटिंग इन इण्डिया किताब महल, इलाहाबाद, 1998
मोरिस, जार्जर पी० एण्ड, के राबर्ट डब्ल्यू	करेन्ट मार्केटिंग न्यूज काउफील्ड प्रेस,

सैन फ्रांसिस्को, 1998

मैगी, जे०एफ०
मार्गहिल

:फिजिकल डिस्ट्रीब्यूशन सिस्टम

न्यूयार्क, 1987

माथुर, एस०पी०

:कोआपरेटिव मार्केटिंग इन यू०पी०

सेलेकर, एस०पी०

:मार्डन मार्केटिंग, प्रिंसपल एण्ड प्रैक्टिस,
हिमालया पब्लिशिंग हाउस, 1998
मुम्बई

मैसन एवं रथ

:मार्केटिंग एण्ड डिस्ट्रीब्यूशन

सक्सेना, एस०सी०

:प्रिंसिपल एण्ड प्रैक्टिस ऑफ मैनेजमेंट
साहित्य भवन, आगरा, 1996

शर्मा, तुलसीराम एवं
जैन, सुभाष चन्द

:बाजार व्यवस्था, साहित्य भवन,
आगरा, 1999

पत्रिकाए एव जनरल

- ▶ उद्योग व्यापार पत्रिका, ट्रेड फेयर अथारिटी ऑफ इण्डिया, प्रगति मैदान, नई दिल्ली।
- ▶ फूड कोर्प, भारतीय खाद्य निगम, नई दिल्ली
- ▶ सहकारिता, यू०पी० कोआपरेटिव यूनियन, लखनऊ।
- ▶ इकोनामिक सर्वे – गवर्नमेन्ट आफ इण्डिया
- ▶ इंडियन जर्नल आफ मार्केटिंग
- ▶ एसोसियेटेड मैनेजमेन्ट कारपोरेशन, नई दिल्ली
- ▶ दी कामर्स जर्नल, वाणिज्य व व्यवसाय प्रशासन विभाग, इलाहाबाद विश्वविद्यालय, इलाहाबाद।
- ▶ योजना, पब्लिकेशन डिवीजन, पटियाला हाउस, नई दिल्ली।
- ▶ कुरुक्षेत्र, नई दिल्ली।
- ▶ इकोनामिक एण्ड पालिटिकल वीकली
- ▶ बिजनेस इण्डिया
- ▶ फैक्ट्स फार यू
- ▶ सर्वे आफ इंडस्ट्री, हिन्दू।
- ▶ सहकारिता मासिक, यू०पी० कोआपरेटिव यूनियन लिमिटेड, लखनऊ
- ▶ सहकारिता साप्ताहिक, यू०पी० कोआपरेटिव यूनियन लिमिटेड, लखनऊ

समाचार पत्र

- इकोनामिक टाइम्स, नई दिल्ली।
- फाइनेन्सियल एक्सप्रेस, नई दिल्ली।
- हिन्दुस्तान टाइम्स, नई दिल्ली।
- नव भारत टाइम्स, नई दिल्ली।
- टाइम्स ऑफ इण्डिया, लखनऊ।
- राष्ट्रीय सहारा, लखनऊ।
- नार्दन इण्डिया पत्रिका, इलाहाबाद।
- अमृत प्रभात, इलाहाबाद।
- दैनिक जागरण, इलाहाबाद।
- अमर उजाला, इलाहाबाद।
- पत्रिका, इलाहाबाद
- द हिन्दू, दिल्ली
- बिजिनेस टाइम्स, दिल्ली
- यूनाईटेड भारत, इलाहाबाद

सुरेन्द्र प्रताप सिंह

(सुरेन्द्र प्रताप सिंह)

शोध छात्र